

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA

ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



**DISEÑO DE UNA ESCUELA TALLER ARTESANAL DE  
TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE**

PRESENTADO POR:

**ESMELIN ADALBERTO RIVAS GUTIÉRREZ**

**KARLA MARÍA ROMERO VAQUERANO**

**JOSÍAS ELIEZER SÁNCHEZ GUIDOS**

PARA OPTAR AL TÍTULO DE:  
**INGENIERO(A) INDUSTRIAL**

CIUDAD UNIVERSITARIA, OCTUBRE DE 2019

**UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR**

**RECTOR:**

**MSC. ROGER ARMANDO ARIAS ALVARADO**

**SECRETARIO GENERAL:**

**MSC. CRISTÓBAL HERNÁN RÍOS BENÍTEZ**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA**

**DECANO:**

**ING. FRANCISCO ANTONIO ALARCÓN SANDOVAL**

**SECRETARIO:**

**ING. JULIO ALBERTO PORTILLO**

**ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**DIRECTOR:**

**MSC. MANUEL ROBERTO MONTEJO SANTOS**

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR  
FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA  
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Trabajo de Graduación previo a la opción al Grado de:

**INGENIERO(A) INDUSTRIAL**

Título:

**DISEÑO DE UNA ESCUELA TALLER ARTESANAL DE  
TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE**

Presentado por:

**ESMELIN ADALBERTO RIVAS GUTIÉRREZ  
KARLA MARÍA ROMERO VAQUERANO  
JOSÍAS ELIEZER SÁNCHEZ GUIDOS**

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

**ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ**

SAN SALVADOR, OCTUBRE DE 2019

Trabajo de Graduación Aprobado por:

Docente Asesor:

**ING. ANDRÉS OMAR AGUILAR MENÉNDEZ**



## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco primeramente a Dios por permitirme alcanzar una de las metas más importantes de mi vida, terminar mi carrera universitaria y poderme graduar como Ing. Industrial de la Universidad de El Salvador.

Gracias infinitas a mis padres; Jorge Mario Rivas Aparicio (Q.D.D.G) y Ana Mercedes Gutiérrez Cisneros, las personas que siempre me animaron y apoyaron para seguir adelante en esta gran meta a pesar de las adversidades, gracias por todo papá un saludo hasta el cielo. Gracias a mis hermanos Jorge, Nelson, Wilman y Esmeralda por estar siempre conmigo apoyándome y animándome a seguir adelante. Gracias a mi familia en general a mis abuelos, tíos y primos que siempre me animaron, apoyaron y ayudaron a alcanzar la meta, gracias por su apoyo incondicional.

Gracias a mis compañeros de trabajo de grado Karla y Josías, gracias por haberme permitido compartir con ustedes durante todos estos años, por su arduo trabajo, dedicación, empeño, por su amistad, por guiarme cuando tenía dudas y sobre todo por su paciencia; gracias por todo se los agradezco enormemente.

Gracias a mi asesor Ing. Andrés Omar Aguilar Menéndez por compartir sus conocimientos, criterio profesional, por toda la paciencia, confianza y buena disposición a ayudarnos en todo el proyecto. Gracias a nuestro jurado en las defensas: Ing. Enrique Reyes e Ing. Cabrera por ayudarnos a tener una mejor visión del proyecto y por todos sus consejos.

Gracias infinitas a mis amigos por brindarme su apoyo en todo momento, por estar siempre conmigo en las buenas y en las malas especialmente a: Karla Romero V, Raquel Flores, Beatriz Alfaro, Karla Romero G, Josías Sánchez, Maira, Isabel e Iris Romero, Rommel Morales, Héctor Portillo, Humberto Moreira, Edwin Rivera y Héctor Mena. Les agradezco todo su apoyo. Gracias a mis compañeros de estudio tanto en la Facultad Multidisciplinaria Oriental como en la Facultad de Ingeniería y Arquitectura.

¡Muchas gracias a todos!

**Esmelin Adalberto Rivas Gutiérrez.**

En primer lugar le doy gracias a Dios por brindarme la oportunidad de culminar mi carrera como Ingeniera industrial, y darme la fuerza necesaria para poder seguir adelante de una manera resiliente ante todas las adversidades que se han presentado en mi desarrollo profesional.

Por otro lado, quiero agradecer a mis padres Luis Fernando y Jesús del Carmen, por brindarme su apoyo en todo momento y animarme a seguir adelante; gracias por su esfuerzo día a día, el sacrificio que realizaron con el objetivo de verme culminar mi carrera, y por siempre enseñarnos la unidad que debemos tener como hermanas para lograr nuestras metas; gracias Maira, Vanesa y Ana por ser siempre parte de mi equipo de batalla y apoyarme en todo incluso en los malos momentos, ustedes son la familia que doy gracias a Dios por tener.

También quiero agradecer a mis abuelos que me han apoyado en este camino, a mi prima Rocisela que me apoyo escuchando mis quejas fueron un elemento importante para el logro de mi objetivo.

A mi grupo de tesis y amigos Esmelin y Josias, que en todo momento en las cosas buenas y malas estuvimos unidos hasta el final brindando apoyo mutuamente, gracias por ser parte de esta etapa; ahora podemos decir: ¡LO LOGRAMOS!. *"Si no puedes volar entonces corre, si no puedes correr entonces camina, si no puedes caminar entonces arrástrate, pero sea lo que hagas, sigue moviéndote hacia adelante"* (Martin Luther King Jr.)

Quiero dar gracias a Santiago que ha sido un amigo incondicional que me ha apoyado en todo, a Esmelin que además de ser mi compañero de tesis es un gran amigo Josias que fue el pilar de equilibrio en todo.

A mi asesor Ing. Omar Aguilar gracias por guiarnos para llegar a nuestro objetivo y la paciencia brindada; gracias a nuestro jurado Ing. Enrique Reyes, Ing. Cabrera por las observaciones dadas en cada una de las etapas.

*"Empieza haciendo lo necesario, después lo posible, y de repente te encontrarás haciendo lo imposibles"* (San Francisco de Asís)

Gracias a Todos!!

**Karla María Romero Vaquerano**

Principalmente, agradezco a Dios, por darme la vida y permitirme el haber llegado hasta este momento. Él estuvo presente en el caminar de mi vida, bendiciéndome y dándome fuerzas para continuar con mis metas sin desfallecer.

Quiero dar las gracias a mis padres Francisco y Erlinda por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años. Ellos han sido pilares fundamentales, apoyo incondicional e inspiración para el logro de este objetivo. Por estar siempre a mi lado en las diferentes etapas de este proceso universitario.

Agradezco a mis compañeros de trabajo de graduación y amigos Karla y Esmelin, porque juntos hemos logrado esta meta. Por su confianza y apoyo.

De igual forma, agradezco a nuestro asesor de tesis Ing. Omar Aguilar por su valiosa contribución, aportando sus conocimientos y observaciones en este trabajo.

A todos los profesores por ayudarme en mi formación académica.

Proverbios 3:5 "Fíate de Jehová de todo tu corazón, Y no te apoyes en tu propia prudencia"

**Josías Eliezer**

## Contenido

INTRODUCCIÓN .....	i
OBJETIVOS .....	iii
Objetivo General.....	iii
Objetivos Específicos .....	iii
ALCANCES Y LIMITACIONES .....	5
Alcances.....	5
Limitaciones.....	6
IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN .....	7
Importancia.....	7
Justificación.....	9
ETAPA I: DIAGNÓSTICO .....	10
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
OBJETIVOS DE LA ETAPA .....	14
Objetivo general .....	14
Objetivos específicos .....	14
1    FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS .....	16
2    SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	20
3    INVESTIGACIÓN SECUNDARIA.....	24
3.1    Marco Conceptual .....	24
3.1.1    Artesanía .....	24
3.1.2    Clasificación de las artesanías.....	24
3.1.3    Clasificación de las artesanías textiles de San Sebastián.....	26
3.1.4    Telar artesanal .....	26

3.1.5	Tipos de telares.....	27
3.1.6	Telar de Palanca de San Sebastián .....	29
3.1.7	Clasificación de los productos textiles.....	30
3.1.8	Servicio.....	31
3.1.9	Tipos de Servicio .....	32
3.1.10	Producto.....	32
3.1.11	Batanecos .....	33
3.1.12	Diseño .....	34
3.1.13	Capacitación .....	34
3.1.14	Habilidades .....	34
3.1.15	Conocimientos .....	35
3.1.16	Actitudes .....	35
3.1.17	Tecnificación .....	35
3.1.18	Escuela Taller.....	35
3.1.19	Taller .....	36
3.1.20	Escuela.....	36
3.1.21	Producto textil artesanal de San Sebastián .....	36
3.2	Marco Contextual .....	36
3.2.1	Evolución de los Telares Manuales .....	36
3.2.2	Los Telares en San Sebastián .....	38
3.2.3	Auge del Patrimonio.....	39
3.2.4	Productos textiles artesanales elaborados con Telares en San Sebastián. ....	40
3.2.5	Equipo Utilizado en el oficio artesano textil .....	42
3.2.6	Industria textil en El Salvador .....	45
3.2.7	Sector Artesanal Textil en El Salvador.....	51

3.2.8	Flujos comerciales de textiles artesanales – El Salvador.....	51
3.2.9	Ubicación Geográfica .....	52
3.2.10	Indicadores Sociales de la Micro Región del Valle del Jiboa .....	54
3.2.11	Información de San Sebastián .....	56
3.2.12	Población Beneficiaria .....	65
3.3	Marco Legal .....	67
3.3.1	Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal .....	67
3.3.2	Código Municipal .....	71
4	MERCADO ABASTECEDOR.....	72
4.1	Mercado Abastecedor para la Escuela.....	73
4.1.1	Selección de Técnica de Muestreo .....	73
4.1.2	Selección y Diseño de Instrumento .....	79
4.1.3	Análisis de Datos de Encuesta Realizada a un Segmento de Población de San Sebastián .....	81
4.2	Mercado Abastecedor para el Taller .....	111
4.2.1	Definición del mercado abastecedor o proveedor .....	113
4.2.2	Selección de Técnica de Muestreo .....	114
4.2.3	Selección y Diseño de Instrumento .....	114
4.2.4	Identificación y ubicación geográfica de los posibles abastecedores de materia prima.....	115
4.2.5	Aspectos que se consideraran para seleccionar a un proveedor ....	115
4.2.6	Recolección de información secundaria .....	116
4.2.7	Recolección y análisis de información Primaria.....	132
5	MERCADO CONSUMIDOR .....	139
5.1	Selección del tipo de investigación .....	139

5.2	Segmentación y criterios de segmentación del mercado consumidor de productos textiles artesanales .....	140
5.3	Selección de Técnica de Muestreo .....	143
5.4	Selección y Diseño de Instrumento .....	147
5.5	Análisis de datos de cuestionario realizado a consumidores textiles artesanales .....	148
5.5.1	Matriz de Resultados.....	177
5.5.2	Perfil del consumidor Productos Textiles Artesanales.....	189
6	MERCADO COMPETIDOR .....	190
6.1	La Competencia .....	190
6.1.1	¿Qué es la competencia? .....	191
6.1.2	Competidores.....	191
6.2	Caracterización de la competencia .....	194
6.2.1	Competencia Directa en Producción de Textiles Artesanales .....	194
6.2.2	Competencia Indirecta .....	195
6.2.3	Competencia Directa del Servicio de Capacitación.....	196
6.2.4	Caracterización del Artesano.....	196
6.3	Generalidades de la Competencia.....	197
6.3.1	Artesanos textiles en El Salvador .....	197
6.3.2	La Competencia Directa a nivel nacional fuera de San Sebastián ..	207
6.3.3	Fabricantes de telas de El Salvador .....	213
6.3.4	La competencia fuera de las fronteras nacionales .....	216
6.4	Selección de técnica de muestreo.....	218
6.4.1	Muestreo No Probabilístico .....	218
6.5	Selección y diseño de instrumentos .....	220
6.5.1	Técnicas para la investigación del mercado competidor.....	220

6.5.2	Instrumentos: Censo de Artesanos y Encuesta de Talleres .....	221
6.6	Recolección de Datos.....	222
6.6.1	Identificar la ubicación de los talleres a visitar.....	222
6.6.2	Coordinación de la visita con personal de la Alcaldía Municipal de San Sebastián .....	224
6.6.3	Visitar los talleres.....	224
6.7	Análisis de Datos de Encuesta a Productores.....	226
6.7.1	Matriz de resultados.....	260
6.7.2	Perfil de la Competencia Directa en San Sebastián, San Vicente. ...	270
6.8	Análisis de Datos del Censo de Artesanos y Talleres de San Sebastián....	272
6.8.1	Matriz de resultados.....	284
6.8.2	Perfil del Artesano .....	289
7	MERCADO DISTRIBUIDOR .....	291
7.1	El Mercado Distribuidor.....	291
7.1.1	Distribuidor.....	291
7.1.2	Distribución.....	291
7.1.3	Canales de distribución .....	291
7.2	Caracterización del Distribuidor a ser encuestado.....	294
7.3	Generalidades del Mercado Distribuidor .....	295
7.3.1	El Mercado Ex-Cuartel.....	296
7.3.2	Mercado Nacional de Artesanías .....	296
7.3.3	Bazares y Tiendas de Productos Artesanales.....	298
7.4	Selección de Técnica de Muestreo .....	303
7.4.1	Muestreo No Probabilístico .....	303
7.4.2	Muestras homogéneas.....	304
7.5	Selección y Diseño de Instrumento .....	304



7.5.1	Instrumento: Encuesta de Comerciantes de Artesanías Textiles del Área Metropolitana de San Salvador. ....	305
7.6	Recolección de datos.....	305
7.7	Análisis de Datos de Cuestionario Realizado a Comerciantes de Productos Textiles Artesanales.....	307
7.7.1	Matriz de resultados.....	322
8	DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	327
8.1	Análisis De Involucrados .....	327
8.2	Árbol de problemas .....	345
8.2.1	Análisis De Las Causas del Problema Focal .....	346
8.2.2	Análisis De Los Efectos Del Problema Focal .....	351
8.3	Árbol de Objetivos .....	355
8.4	Estrategias .....	356
9	DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....	358
10	CONCEPTUALIZACIÓN DE DISEÑO.....	362
	ETAPA II: DISEÑO .....	370
	METODOLOGÍA.....	371
	OBJETIVOS DE LA ETAPA .....	372
	Objetivo General.....	372
	Objetivos específicos .....	372
1	ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN .....	373
1.1	Tamaño del proyecto.....	373
1.1.1	Factores a considerar para tamaño del proyecto.....	373
1.1.2	Descripción de los factores .....	373
1.2	Localización del proyecto .....	377
1.2.1	Macrolocalización .....	377

1.2.2	Microlocalización .....	378
2	INGENIERÍA DEL PROYECTO .....	383
2.1	Servicio de Capacitación .....	383
2.1.1	Metodología de la capacitación .....	383
2.1.2	Plan de Capacitación .....	386
2.2	Ingeniería de los productos textiles artesanales .....	421
2.2.1	Plan de abastecimiento .....	421
2.2.2	Procesos productivos.....	436
2.3	Plan de Producción .....	469
2.3.1	Pronóstico de producción.....	469
2.3.2	Política Laboral.....	469
2.3.3	Política de Inventario de Productos Terminados.....	471
2.3.4	Cálculo del pronóstico de stock, producción y ventas.....	471
2.3.5	Inventario, Producción y Ventas.....	473
2.3.6	Unidades Buenas a Producir (UBPP) .....	473
2.3.7	Balance de Materiales .....	475
2.3.8	Balance de mano de obra para año 1.....	481
2.4	Comercialización .....	483
2.4.1	Comunicación del valor .....	484
2.4.2	Plan de Comercialización .....	485
2.4.3	Análisis de la Situación .....	486
2.4.4	Objetivos.....	488
2.4.5	Estrategias .....	489
2.4.6	Frecuencia de Implementación.....	499
2.4.7	Cadena de Valor de la Escuela Taller .....	500
3	RECURSOS DE LA ESCUELA TALLER.....	507

3.1	Equipo, herramientas y mobiliario.....	507
3.2	Insumos .....	514
3.3	Recursos Humanos .....	517
3.4	Instalaciones .....	518
3.5	Selección del tipo de distribución en planta para la escuela taller artesanal de telares.....	519
3.6	Planeación sistemática de la distribución de MOTHER.....	522
3.7	Plano de distribución en planta de Escuela Taller .....	531
4	ORGANIZACIÓN DE LA ESCUELA TALLER .....	532
4.1	Misión.....	533
4.2	Visión .....	533
4.3	Objetivos.....	533
4.4	Valores .....	533
4.5	Políticas .....	534
4.6	Estructura Organizativa .....	535
4.7	Funciones Generales .....	539
4.7.1	Funciones de Producción .....	547
4.7.2	Funciones de Administración .....	548
4.7.3	Cuadro de Cargos.....	549
4.8	Manual de Organización y Funciones .....	551
5	ASPECTOS LEGALES.....	574
5.1	Procedimiento para constituir una ADESCO.....	576
5.2	Disolución de la ADESCO .....	578
5.3	¿Cuáles son las funciones de las ADESCO? .....	580
ETAPA III: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO, EVALUACIONES Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO .....		583

METODOLOGÍA.....	584
OBJETIVOS DE LA ETAPA .....	586
Objetivo general .....	586
Objetivos específicos.....	586
1 INVERSIONES DEL PROYECTO .....	587
1.1 Inversiones fijas.....	588
1.1.1 Inversiones Fijas tangibles.....	588
3.1.1 Inversiones Fijas intangibles.....	592
1.1.2 Imprevistos.....	594
1.2 Capital de trabajo .....	596
1.3 Resumen de montos de Inversiones del proyecto .....	600
2 COSTOS DEL PROYECTO .....	601
2.1 Sistema de costos utilizados en el proyecto .....	601
2.2 Establecimiento de costos .....	601
2.2.1 Costos de producción .....	602
2.2.2 Costos de Administración .....	621
2.2.3 Costos de Comercialización .....	622
2.3 Costo Total o absorción .....	623
2.3.1 Costos indirectos de fabricación.....	623
2.3.2 Costo unitario.....	624
3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO .....	630
3.1 Financiamiento Escuela Taller .....	632
4 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS- PUNTO DE EQUILIBRIO .....	634
4.1 Presupuesto de ingresos y egresos: .....	634
4.1.1 Ingresos.....	634
4.1.2 Egresos:.....	636

4.1.3	Beneficios esperados:.....	636
4.1.4	Margen de Contribución .....	637
4.2	Punto de equilibrio .....	637
5	ESTADOS FINANCIEROS PROFORMAS.....	647
5.1	Estado de resultados.....	648
5.2	Cambio en la posición financiera .....	649
5.3	Balance general.....	650
6	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD .....	652
6.1	Alquiler de La Quinta Aguiñada .....	652
6.2	Crédito para financiamiento de realización del proyecto. ....	656
6.3	Disminución de las ventas en un 10% para todos los productos ofertados por Escuela Taller Textil Artesanal. ....	660
7	EVALUACIONES .....	664
7.1	Evaluación Económica .....	664
7.2	Evaluación Financiera .....	671
7.3	Evaluación Social .....	674
7.4	Evaluación de Género .....	677
7.5	Evaluación Ambiental .....	682
8	ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO .....	691
8.1	Planificación del Proyecto .....	691
8.1.1	Definición de Objetivos.....	691
8.1.2	Estructura de desglose de trabajo .....	692
8.1.3	Descripción de los subsistemas.....	694
8.1.4	Actividades y precedencias (Programación del proyecto) .....	695
8.1.5	Resumen y costo de administración del proyecto.....	705
8.1.6	Programación financiera.....	708

8.1.7	Diagrama de red .....	710
8.1.8	Diagrama de Actividades de Gantt.....	712
8.1.9	Resumen de Actividades.....	714
8.1.10	Organización de la implementación del proyecto.....	723
8.1.11	Manual de Organización y Funciones.....	726
9	CONCLUSIONES.....	740
10	RECOMENDACIONES.....	743
11	GLOSARIO TÉCNICO .....	744
12	BIBLIOGRAFÍA .....	748
13	ANEXOS.....	750

## Índice de tablas

Tabla	1	Unidades	económicas.
Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (Directorio de Unidades Económicas 2012).....			7
Tabla	2	Personal	Ocupado.
Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (Directorio de Unidades Económicas 2012).....			8
Tabla 3 Tipo de investigación utilizada en cada uno de los mercados.....			23
Tabla 4 Características de un servicio .....			32
Tabla 5 Ejemplos de productos textiles artesanales elaborados con un telar de palanca.....			42
Tabla 6 Equipo y herramientas utilizadas en el oficio artesano textil, Fuente: elaboración propia.....			44
Tabla 7 Composición del PIB a precio constante de 1990 por sector.....			46
Tabla 8 Aporte del Sector textil y Confección al PIB en el periodo 2012-2016 Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Revista Trimestral julio-septiembre 2017 BCR Banco Central de Reserva (BCR), año de publicación de los datos 2017.....			47
Tabla 9 Composición de las Exportaciones (FOB) de El Salvador, según SAC con respecto a: Materias Textiles y sus Manufacturas. Fuente: Banco Central de Reserva (BCR), año de publicación de los datos 2017.			48
Tabla 10 Directorio de Unidades Económicas 2011-2012. Fuente: MINEC-DIGESTYC.....			50
Tabla 11 Asociaciones de Municipios o Microrregiones a la que Pertenece el Municipio de San Sebastián. Fuente: Sistema de Informacion de la Gestion Municipal (SIGMuni).....			53
Tabla 12 Indicadores Sociales de la Micro Región del Valle del Jiboa. Fuente: Lineamientos para una estrategia de desarrollo integral y atención de la vulnerabilidad en el valle del Jiboa – El Salvador. Fundación Nacional para el Desarrollo, San Salvador, El Salvador, 2015.....			55

Tabla 13 Distribución política territorial del municipio de San Sebastián en el área urbana. ....	58
Tabla 14 Distribución política territorial del municipio de San Sebastián en el área rural. ....	59
Tabla 15 Centros educativos del municipio de San Sebastián, San Vicente. Fuente: MINED, Base de Datos de Centros Escolares de Censo 2008. ....	60
Tabla 16 Principales Indicadores de Educación de San Sebastián. Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II- Municipios: Características educativas y económicas.....	61
Tabla 17 Principales causas de Morbilidad en San Sebastián. ....	62
Tabla 18 Cobertura de Servicios básicos de San Sebastián.....	63
Tabla 19 Tabla de desempleo de la población entre 15 y 24 años de edad, del departamento de San Vicente. Fuente: Informe 262 (2005) .....	64
Tabla 20 Datos Población San Sebastián 2016. Fuente: Unidad de Salud Municipal de San Sebastián, San Vicente. Año de publicación 2016. ....	66
Tabla 21 Segmento de la población beneficiaria de manera directa. ....	67
Tabla 22 criterios para seleccionar abastecedor de escuela preliminar. Fuente: Elaboración propia.....	74
Tabla 23 Datos Población San Sebastián 2016.....	76
Tabla 24 Segmento de la población para determinación del plan de muestreo. .	76
Tabla 25 Descripción de elementos para determinación de muestra poblacional. ....	78
Tabla 26 Estructura de encuesta de jóvenes del Municipio de San Sebastián, San Vicente .....	80
Tabla 27 Género.....	81
Tabla 28 Edad.....	81
Tabla 29 Municipio de residencia.....	82
Tabla 30 Ocupación.....	83
Tabla 31 Nivel de escolaridad.....	83
Tabla 32 Importancia de talleres en el Municipio .....	84
Tabla 33 representación de telares en el Municipio de San Sebastián.....	85
Tabla 34 Personas que han recibido capacitación .....	86



Tabla 35 Institución encargada de brindar capacitación .....	86
Tabla 36 Nivel de conocimiento de jóvenes que han recibido capacitación en el oficio artesano textil .....	88
Tabla 37 Trabajo en el oficio artesano textil .....	89
Tabla 38 Modalidad de trabajo.....	89
Tabla 39 Motivos de no practicar el oficio.....	90
Tabla 40 Motivos por los que no trabajan en el oficio .....	91
Tabla 41 Disponibilidad de mejorar habilidades del oficio de artesano textil.....	92
Tabla 42 Disponibilidad de aprender el oficio artesano textil.....	92
Tabla 43 Motivos para interesarse en aprender o mejorar las habilidades en el oficio artesano textil .....	93
Tabla 44 Atributo del Oficio Artesano Textil .....	94
Tabla 45 Horarios convenientes para poder asistir a la escuela taller.....	95
Tabla 46 Lo que espera a final de la capacitación .....	96
Tabla 47 Motivos por los que no le gustaría aprender o mejorar el oficio.....	97
Tabla 48 Resumen de Resultados de mercado abastecedor.....	103
Tabla 49 Proyección de Población del Municipio de San Sebastián .....	106
Tabla 50 Proyección de población de Jóvenes entre 16 a 35 años.....	106
Tabla 51 Población potencial de Jóvenes que poseen o no conocimientos del oficio artesano textil .....	107
Tabla 52 Población potencial de Jóvenes que desean mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil .....	107
Tabla 53 Demanda potencial de Jóvenes que desean aprender el oficio .....	108
Tabla 54 Demanda Potencial de la Escuela Taller .....	108
Tabla 55 Demanda potencial por turno.....	109
Tabla 56 perfil de abastecedor de escuela .....	110
Tabla 57 Título y tipo de hilo .....	118
Tabla 58 Tipo de hilo disponible .....	118
Tabla 59 Categoría de productos.....	120
Tabla 60 Inventario de hilo, año 2017 .....	129
Tabla 61 precio de hilo para coser .....	133
Tabla 62 precio de hilos por título.....	133

Tabla 63 Precio de hilo .....	134
Tabla 64 Precio de venta de sobrantes de hilo.....	134
Tabla 65 precio de hilo.....	134
Tabla 66 Distribuidora textil .....	135
Tabla 67 Medios por los que se abastece de hilo los talleres del Municipio de San Sebastián.....	135
Tabla 68 Rango de precios de fabricante y distribuidor autorizado .....	136
Tabla 69 Rango de precios de hilos .....	137
Tabla 70 Precios de hilos .....	137
Tabla 71 Perfil de proveedores de taller.....	138
Tabla 72 Perfil inicial de los consumidores de productos textiles artesanales. ....	142
Tabla 73 Descripción de los elementos para determinar la muestra poblacional de consumidores de productos textiles artesanales de la Escuela Taller. ....	146
Tabla 74 Género de personas encuestadas consumidores productos artesanales .....	148
Tabla 75 Rango de edad de encuestados.....	149
Tabla 76 Municipio de residencia de personas encuestadas.....	150
Tabla 77 ¿Ha comprado alguna vez productos textiles artesanales? .....	151
Tabla 78 Palabra o palabras que relacionan los encuestados con las artesanías textiles. ....	152
Tabla 79 Calificación de la calidad de los productos textiles artesanales.....	153
Tabla 80 Disposición de pago para distintos productos textiles artesanales.....	154
Tabla 81 Conocimiento del lugar de procedencia de los productos textiles artesanales.....	159
Tabla 82 Procedencia de los productos textiles artesanales adquiridos. ....	160
Tabla 83 Productos textiles Artesanales adquiridos en los últimos 12 meses.....	161
Tabla 84 Época del año de adquisición de productos textiles artesanales .....	162
Tabla 85 Frecuencia de adquisición productos textiles artesanales .....	166
Tabla 86 Consideraciones que debe de tener un textil artesanal para tomar decisión de compra.....	170
Tabla 87 Nivel de conocimiento por parte de los encuestados sobre los productos textiles artesanales de San Sebastián. ....	171

Tabla 88 Opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a Calidad. ....	172
Tabla 89 Opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a Diseño.....	173
Tabla 90 Opinión acerca de los productos textiles de San Sebastián en cuanto a Durabilidad. ....	174
Tabla 91 Opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a precio .....	175
Tabla 92 Ingreso mensual de personas encuestadas. ....	176
Tabla 93 Matriz de resultados mercado consumidor .....	188
Tabla 94 Perfil de los consumidores de productos textiles artesanales. ....	189
Tabla 95 Artesanos atendidos por CONAMYPE. Fuente: CONAMYPE - 2018.....	206
Tabla 96 Resumen, artesanos atendidos por CONAMYPE, por departamento. Fuente: Elaboracion propia.....	207
Tabla 97 Productos elaborados en telares, en Santiago Texacuangos , Fuente: Tesis Estudio descriptivo e historico sobre el trabajo en los telares de palanca del municipio de Santiago Texacuangos, San Salvador, 2014. Fuente: Universidad Dr. Jose Matias Delgado.....	209
Tabla 98 Descripcion de las hamacas elaboradas en Concepcion Quezaltepeque. Fuente: Elaboracion propia basado en Tesis Registro del proceso de elaboración de Hamacas en telar vertical y clasificación de las variantes de diseño en el Municipio de Concepción Quezaltepeque, Chalatenango, 2012, Universidad Dr. Jose Matias Delgado.....	212
Tabla 99 Fabricantes de telas 2016. Fuente: MINEC. Registro administrativo, Lista de Empresas 2016 .....	215
Tabla 100 Detalle de importaciones de textiles de Guatemala a El Salvador. Fuente: AGEXPORT 2011 .....	218
Tabla 101 Talleres de San Sebastian Encuestados. Fuente: Elaboracion Propia....	224
Tabla 102 Productos elaborados por los talleres de telares .....	226
Tabla 103 Otros productos elaborados en los talleres de telares.....	226
Tabla 104 Productos mas vendidos.....	227
Tabla 105 Principales tipos de clientes.....	228

Tabla 106 Procedencia de los clientes .....	229
Tabla 107 Genero de los clientes.....	232
Tabla 108 Edad de los clientes.....	232
Tabla 109 Medios donde se generan mas ventas .....	233
Tabla 110 Finalidad de la compra .....	234
Tabla 111 Aspectos que motivan la compra .....	235
Tabla 112 Epoca de mayores ventas, de los productos textiles.....	236
Tabla 113 Medios empleados para la promocion y las ventas .....	239
Tabla 114 Principal competencia.....	241
Tabla 115 Productos de la competencia.....	242
Tabla 116 Problemas de produccion y abastecimiento.....	243
Tabla 117 Problemas de comercializacion .....	244
Tabla 118 Otros problemas.....	245
Tabla 119 Relacion de satisfaccion de la demanda con la mano de obra .....	245
Tabla 120 Razones de la insuficiencia de la mano de obra .....	246
Tabla 121 Aprendizaje del oficio en los talleres.....	247
Tabla 122 Personas capacitada por parte de los talleres .....	248
Tabla 123 Oportunidades de trabajo en los talleres.....	248
Tabla 124 Personas capacitadas que han sido contratadas .....	249
Tabla 125 Suficiencia de la cantidad de equipo de los talleres .....	250
Tabla 126 Motivos por los que no se cubre la demanda .....	250
Tabla 127 Requerimiento de hilo para la produccion. ....	251
Tabla 128 Requerimiento mensual de hilo .....	251
Tabla 129 Mediciones de los resultados de la pregunta 21 .....	251
Tabla 130 Caracteristicas del hilo.....	252
Tabla 131 Frecuencia de abastecimiento de hilo .....	253
Tabla 132 Canales de abastecimiento .....	254
Tabla 133 Precio del hilo por unidad.....	255
Tabla 134 Clasificacion de oportunidades visualizadas .....	256
Tabla 135 Productos llevados al extranjero.....	258
Tabla 136 Clasificacion de manera en que productos van al extranjero .....	259
Tabla 137 Matriz de resultados de la Encuesta a productores. ....	269

Tabla 138 Perfil de competencia directa.....	271
Tabla 139 Talleres Censados.....	272
Tabla 140 Numero de Artesanos.....	272
Tabla 141 Nivel de conocimiento del oficio .....	273
Tabla 142 Artesanos por género.....	274
Tabla 143 Edad de los artesanos .....	274
Tabla 144 Número de artesanos mayores de 60 años que conocen de forma total el oficio de artesano textil .....	275
Tabla 145 Edad por genero.....	276
Tabla 146 Artesanos por cargo.....	276
Tabla 147 Cargo de los artesanos por genero .....	277
Tabla 148 Jornada de trabajo de los tejedores .....	278
Tabla 149 Produccion diaria por producto.....	278
Tabla 150 Tejedores por linea de producción.....	279
Tabla 151 Numero de telares disponibles.....	280
Tabla 152 Numero de urdidores disponibles .....	281
Tabla 153 Tornos disponibles.....	281
Tabla 154 Trazcañaderas disponibles .....	282
Tabla 155 Maquinas de coser disponibles.....	282
Tabla 156 Matriz de resultados del Censo de Artesanos. ....	288
Tabla 157 Perfil del Artesano. ....	290
Tabla 158 Mercados de Artesanias de El Salvador.....	295
Tabla 159 Productos de La Piskucha.....	299
Tabla 160 Productos de Batán.....	300
Tabla 161 Productos textiles artesanales de Nahanché .....	301
Tabla 162 Productos de Nixapa.....	303
Tabla 163 Negocios de venta de textiles artesanales encuestados.....	306
Tabla 164 Productos textiles en venta .....	307
Tabla 165 Productos textiles con mayor venta.....	308
Tabla 166 Lugar de Procedencia de clientes.....	309
Tabla 167 Género de clientes .....	310
Tabla 168 Edad de clientes .....	310

Tabla 169 Lugar o medio en las que se generan más ventas.....	311
Tabla 170 Finalidad de compra.....	312
Tabla 171 Razones por la que compran los clientes .....	313
Tabla 172 Demanda.....	314
Tabla 173 Medios utilizados para promocionarse.....	317
Tabla 174 Rango de precios por productos .....	317
Tabla 175 Medios de abastecimientos.....	318
Tabla 176 Frecuencia de adquisición de productos textiles artesanales. ....	319
Tabla 177 Adquisición de textiles artesanales del mes .....	320
Tabla 178 Procedencia de producto textil .....	322
Tabla 179 Matriz de resultados de Encuesta a Comerciantes.....	326
Tabla 180 Matriz de involucrados. ....	344
Tabla 181 Análisis de las causas del problema focal .....	351
Tabla 182 Analisis de los efectos del problema focal. ....	354
Tabla 183 Variables de entrada .....	358
Tabla 184 Variables de salida .....	358
Tabla 185 Descripción de los componentes internos del sistema de la Escuela Taller .....	365
Tabla 186 Descripción de los componentes externos del sistema de la Escuela Taller .....	369
Tabla 187 Capacidad instalada de Escuela Taller. ....	376
Tabla 188 Cantidad de maquinaria de la Escuela Taller primer año de funcionamiento.....	376
Tabla 189 Factores de relevancia para establecimiento de la microlocalización de la Escuela Taller. ....	379
Tabla 190 Descripción de alternativas para microlocalización de Escuela Taller.	380
Tabla 191 Criterios de evaluación de factores para microlocalización.....	381
Tabla 192 Evaluación de factores para microlocalización de Escuela Taller. ....	381
Tabla 193 Presupuesto de insumos, salarios y alquiler de local necesarios en el plan de capacitación por seis meses. Fuente: Elaboración propia. ....	388
Tabla 194 Programación y Recursos de Plan de Capacitación.....	409
Tabla 195 Duración del curso en horas y cantidad de hilo utilizado .....	409

Tabla 196 perfil de abastecedor de escuela .....	412
Tabla 197 Perfil del Artesano .....	414
Tabla 198 Características Técnicas del Hilo a Utilizar. ....	425
Tabla 199 Cantidad a adquirir de materia prima por trimestre (HILO). Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos sobre UBPP y propuesta de producción trimestral presentada para año 1 de funcionamiento de Escuela Taller. .....	426
Tabla 200 Cantidad de hilo utilizado por unidad producida. Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en visitas realizadas a talleres artesanales textiles de San Sebastián. ....	427
Tabla 201 Parámetros de Almacenamiento del Hilo.....	432
Tabla 202 Pronósticos de producción del año 1-5 sin consideración el tiempo de preparación y montaje. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de tiempos de producción obtenidos en taller Barahona y taller El Portalito.....	469
Tabla 203 Política de la jornada normal de trabajo. Fuente: Elaboración propia.	470
Tabla 204 Días laborales al año periodo 1-5. Fuente: Elaboración propia. ....	471
Tabla 205 Inventario, producción y ventas años del 1 al 5 de funcionamiento....	473
Tabla 206 Unidades buenas a producir en periodo de años 1-5 de funcionamiento. Fuente: elaboración propia a partir de datos de pronósticos de producción.....	474
Tabla 207 Cantidad de hilo requerida para producción anual en periodo de años 1-5 de funcionamiento.....	475
Tabla 208 Propuesta para producción trimestral año 1. Fuente: elaboración propia. .....	475
Tabla 209 Porcentaje de desperdicio en el proceso tejer, para cada uno de los productos.....	476
Tabla 210 Balance de mano de obra para año 1. Fuente: Elaboración propia...	481
Tabla 211 Balance de mano de obra para año 1. Fuente: Elaboración propia...	482
Tabla 212 Características del mercado meta de Escuela Taller. Fuente: elaboración propia. ....	486
Tabla 213 Resumen de estrategias de comercialización. Fuente: elaboración propia. ....	499
Tabla 214 Equipo para Escuela Taller.....	509

Tabla 215 Herramientas para escuela taller .....	510
Tabla 216 Mobiliario para Escuela Taller.....	513
Tabla 217 Materia prima para Escuela Taller área de producción para el año 1 de funcionamiento.....	514
Tabla 218 Insumos para el área comercial .....	514
Tabla 219 Insumos para área administrativa para 6 meses .....	516
Tabla 220 Salarios para personal de Escuela Taller. ....	518
Tabla 221 Ventajas y desventajas de la distribución en planta por procesos. ....	519
Tabla 222 Ventajas y desventajas de la distribución en planta por producto.....	520
Tabla 223 Presentación de ventajas y desventajas de los tipos de distribución en planta por proceso y por producto. ....	521
Tabla 224 Criterios de evaluación para selección de distribución en planta de Escuela Taller. ....	521
Tabla 225 Puntuaciones obtenidas por las distribuciones en planta en evaluación. ....	522
Tabla 226 Cuadro de proximidad establecido por Muther para la implementación de distribución en planta.....	523
Tabla 227 Cuadro de motivos para proximidad de procesos en distribución en planta de la Escuela Taller.....	524
Tabla 228 Áreas requeridas por las distintas zonas que conformarán la Escuela Taller. ....	527
Tabla 229 Funciones de Producción .....	547
Tabla 230 Funciones Administrativas .....	549
Tabla 231 Cargos de Trabajo .....	550
Tabla 232 Inversiones fijas tangibles .....	589
Tabla 233 Inversión fija tangible en obra civil. ....	589
Tabla 234 Inversión fija tangible por remodelación de instalaciones.....	590
Tabla 235 Inversión fija tangible en equipo .....	590
Tabla 236 Inversión fija tangible en herramientas .....	591
Tabla 237 Inversión fija tangible en mobiliario .....	591
Tabla 238 Inversión fija tangible en material didáctico. ....	592
Tabla 239 Resumen de la inversión fija tangible. ....	592



Tabla 240 Inversiones fijas intangibles .....	593
Tabla 241 Inversión fija intangible en investigación y estudios previos.....	593
Tabla 242 Inversión fija intangible en administración. ....	594
Tabla 243 Inversión fija intangible en gastos de organización legal.....	594
Tabla 244 Resumen de las inversiones fijas intangibles. ....	594
Tabla 245 Monto por imprevistos en el proyecto.....	595
Tabla 246 Resumen de inversión fija.....	595
Tabla 247 Capital de trabajo requerido en materia prima.....	597
Tabla 248 Capital de trabajo requerido en materiales directos de producción...	597
Tabla 249 Capital de trabajo requerido en materiales indirectos de producción. .....	597
Tabla 250 Capital de trabajo en materiales de capacitación.....	598
Tabla 251 Capital de trabajo requerido en insumos. ....	598
Tabla 252 Cuadro Resumen de Materiales e Insumos .....	599
Tabla 253 Capital de trabajo requerido en mano de obra directa. ....	599
Tabla 254 Capital de trabajo requerido en servicios. ....	599
Tabla 255 Resumen de montos de capital de trabajo por rubro.....	600
Tabla 256 Montos de inversión.....	600
Tabla 257 Presupuesto de compra de materia prima trimestral año 1. ....	602
Tabla 258 Presupuesto de consumo materia prima año 1.....	603
Tabla 259 Costo anual de materia prima para año 1.....	603
Tabla 260 Presupuesto de compras trimestral año 2.....	603
Tabla 261 Presupuesto de consumo trimestral año 2. ....	604
Tabla 262 Costo anual de materia prima año 2. ....	604
Tabla 263 Presupuesto de compra de materia prima trimestral año 3. ....	604
Tabla 264 Presupuesto de consumo de materia prima trimestral año 3.....	605
Tabla 265 Costo anual de materia prima año 4. ....	605
Tabla 266 Presupuesto de compras de materia prima año 4.....	605
Tabla 267 Presupuesto de consumo materia prima trimestral año 4.....	606
Tabla 268 Costo anual de materia prima, año 4. ....	606
Tabla 269 Presupuesto trimestral de materia prima año 5. ....	606
Tabla 270 Presupuesto de consumo de materia prima trimestral, año 5.....	607

Tabla 271 Costo anual de materia prima, año 5. ....	607
Tabla 272 Costo de mano de obra directa e indirecta.....	608
Tabla 273 Prorrateo de salario de colaboradores. ....	608
Tabla 274 Costo de mano de obra directa. ....	609
Tabla 275 Costo de mano de obra directa por producto para los primeros 5 años de funcionamiento del proyecto. ....	609
Tabla 276 Costo de mano de obra indirecta Artesano Instructor.....	610
Tabla 277 Número de horas laborales y Costo de mano de obra indirecta anual. ....	610
Tabla 278 Costo de mano de obra indirecta anual por producto.....	610
Tabla 279 Costos anuales de materiales indirectos.....	612
Tabla 280 Costos incurridos por materiales de capacitación.....	612
Tabla 281 Costos incurridos por insumos de capacitación. ....	613
Tabla 282 Resumen de costos de materiales e insumos de capacitación.....	613
Tabla 283 Costo de materiales e insumos por unidad producida. ....	614
Tabla 284 Resumen de costos por materiales indirectos de producción, materiales e insumos de capacitación. ....	614
Tabla 285 Resumen de costos por materiales de producción, materiales de capacitación e insumos anuales. ....	615
Tabla 286 Costo anual por depreciación de equipo.....	616
Tabla 287 Costo de depreciación Mobiliario. ....	617
Tabla 288 Consumo de energía eléctrica.....	619
Tabla 289 Detalle de costos de energía eléctrica.....	620
Tabla 290 Costos de telefonía.....	620
Tabla 291 Costos anuales en concepto de servicios recibidos. ....	621
Tabla 292 Costos de administración ....	621
Tabla 293 Costos de Comercialización ....	622
Tabla 294 Costos indirectos de fabricación.....	624
Tabla 295 Costo unitario de Capacitación.....	625
Tabla 296 Costos unitarios año 1.....	625
Tabla 297 Costos unitarios año 2.....	626
Tabla 298 Costos unitarios año 3.....	626

Tabla 299 Costos unitarios año 4.....	626
Tabla 300 Costos unitarios año 5.....	627
Tabla 301 Total de costos fijos anuales. ....	627
Tabla 302 Costos fijos por producto. ....	628
Tabla 303 Costos variables anuales. ....	629
Tabla 304 Costos variables por productos en los diferentes años de estudio. ....	629
Tabla 305 Programas de apoyo del gobierno central. ....	633
Tabla 306 Costo unitario y precio de venta de los diferentes productos de la Escuela Taller. ....	634
Tabla 307 Porcentaje de utilidad por producto en los distintos años de estudio del proyecto.....	635
Tabla 308 Pronóstico de producción en unidades.....	635
Tabla 309 Ingresos obtenidos con la comercialización de los productos textiles artesanales.....	635
Tabla 310 Egresos de la Escuela Taller en los próximos 5 años.....	636
Tabla 311 Beneficios esperados durante los próximos 5 años de funcionamiento de la Escuela Taller. ....	636
Tabla 312 Margen de contribución unitario de los distintos productos de la Escuela Taller. ....	637
Tabla 313 Punto de equilibrio general año 1.....	638
Tabla 314 Punto de equilibrio general año 2.....	639
Tabla 315 Punto de equilibrio general año 3.....	640
Tabla 316 Punto de equilibrio general año 4.....	641
Tabla 317 Punto de equilibrio general año 5.....	642
Tabla 318 Punto de equilibrio producto: Hamaca. ....	643
Tabla 319 Punto de equilibrio producto: Mantel.....	644
Tabla 320 Punto de equilibrio para producto: Individual. ....	645
Tabla 321 Punto de equilibrio para producto: Colcha. ....	645
Tabla 322 Estado de resultados de escuela taller.....	648
Tabla 323 Cambio en la posición financiera. ....	650
Tabla 324 Balance general escuela taller.....	651
Tabla 325 Estado de resultados de análisis de sensibilidad alquiler de local. ....	653

Tabla 326 Cambio en la posición financiera, análisis de sensibilidad alquiler de local. .....	654
Tabla 327 Balance general de análisis de sensibilidad alquiler de local. ....	656
Tabla 328 Estado de resultados análisis de sensibilidad crédito para financiamiento del proyecto. ....	657
Tabla 329 Cambio en la posición financiera, crédito para financiamiento análisis de sensibilidad.....	658
Tabla 330 Balance general análisis de sensibilidad crédito para financiamiento del proyecto.....	659
Tabla 331 Estado de resultados análisis de sensibilidad disminución de un 10% de las ventas. ....	660
Tabla 332 Cambio en la posición financiera, análisis de sensibilidad disminución del 10% de las ventas.....	662
Tabla 333 Balance General análisis de sensibilidad disminución de ventas 10%. .	663
Tabla 334 Interpretación del VAN .....	666
Tabla 335 Flujos netos de efectivo de los primeros 5 años de funcionamiento de la Escuela Taller. ....	667
Tabla 336 Utilidad promedio de los primeros 5 años del proyecto .....	669
Tabla 337 Ingresos brutos del periodo y costos brutos del periodo para los primeros 5 años del proyecto .....	669
Tabla 338 Evaluación financiera del proyecto .....	673
Tabla 339 Empleos que se generaría por implementación de escuela taller .....	675
Tabla 340 Cantidad de personas dispuesta aprender el oficio como artesano textil .....	681
Tabla 341 Descripción de actividades para implantación y operación del proyecto .....	683
Tabla 342 Impactos ambientales generados .....	684
Tabla 343 Variación de calidad ambiental.....	686
Tabla 344 Escala del Impacto Ambiental .....	686
Tabla 345 Momento en que se manifiesta el impacto .....	687
Tabla 346 Gravedad del Impacto.....	688
Tabla 347 Dificultad para cambiar el impacto .....	688

Tabla 348 Duración del Impacto .....	689
Tabla 349 Categorías de Impactos Ambientales.....	689
Tabla 350 Matriz de calificación de impactos .....	690
Tabla 351 Descripción de Subsistemas de EDT. ....	695
Tabla 352 Actividades y precedencias subsistema: Planificación .....	696
Tabla 353 Organización Legal .....	700
Tabla 354 Actividades y precedencias subsistema: Obra civil .....	701
Tabla 355 Actividades y precedencias subsistema: Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario.....	703
Tabla 356 Actividades y precedencias subsistema: Puesta en marcha .....	705
Tabla 357 Resumen y costo de administración del proyecto por paquete de trabajo .....	707
Tabla 358 Resumen de actividades .....	722
Tabla 359 Disposición para aprender oficio artesano textil. ....	751
Tabla 360 Probabilidad de éxito/fracaso adquisición de productos textiles artesanales.....	752
Tabla 361 Porcentaje de adquisición trimestral de productos textiles artesanales. Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en etapa de diagnóstico. .....	775
Tabla 362 Porcentajes de inactividad de producción por montaje y fatiga. Fuente: elaboración propia a partir de toma de tiempos de producción realizada en talleres de San Sebastián.....	776
Tabla 363 Horas reales disponibles por telar trimestralmente. Fuente: Elaboración propia. ....	778
Tabla 364 Punto de equilibrio Hamacas año 2 .....	799
Tabla 365 Punto de equilibrio Hamacas año 3 .....	801
Tabla 366 Punto de equilibrio Hamacas año 4 .....	802
Tabla 367 Punto de equilibrio Hamacas año 5 .....	803
Tabla 368 Punto de equilibrio Mantel año 2 .....	804
Tabla 369 Punto de equilibrio mantel año 3 .....	806
Tabla 370 Punto de equilibrio mantel año 4 .....	807
Tabla 371 Punto de equilibrio mantel año 5 .....	808

Tabla 372 Punto de equilibrio individual año 2.....	809
Tabla 373 Punto de equilibrio individual año 3.....	810
Tabla 374 Punto de equilibrio individual año 4.....	812
Tabla 375 Punto de equilibrio individual año 5.....	813
Tabla 376 Punto de equilibrio colcha año 2 .....	814
Tabla 377 Punto de equilibrio colcha año3 .....	815
Tabla 378 Punto de equilibrio colcha año 4 .....	816
Tabla 379 Punto de equilibrio colcha año 5 .....	818

## Índice de ilustraciones

Ilustración 1 Metodología de la investigación .....	13
Ilustración 2 Fuentes de información a utilizar. ....	22
Ilustración 3 Telar idealizado de Palanca utilizado en San Sebastián .....	29
Ilustración 4 Tejido plano.....	31
Ilustración 5 Contribución al PIB de las Ramas de Actividad Textil en el periodo 2012-2016. ....	48
Ilustración 6 Exportaciones (FOB) de El Salvador en las Sub-ramas del Sector Textil: Ropa de cama, mesa y cocina; Otros. ....	49
Ilustración 7 Exportaciones de textiles artesanales - en miles de US\$, periodo 2009-2013. ....	52
Ilustración 8 Micro Región del Valle del Jiboa.....	54
Ilustración 9 Mercado abastecedor .....	72
Ilustración 10 Mercado abastecedor .....	111
Ilustración 11 Metodología de investigación mercado consumidor .....	139
Ilustración 12 Tipos de investigación aplicados en estudio de mercado consumidor. ....	140
Ilustración 13 Exportaciones de tejidos al cierre de 2015. Fuente: Informa CAMTEX 2015 - BCR .....	216
Ilustración 14 Metodologia para la recoleccion de informacion del Mercado Competidor .....	222
Ilustración 15 Esquema de los canales de distribución .....	294

Ilustración 16 Esquema de la Caja Negra.....	358
Ilustración 17 Esquema del Sistema Escuela Taller .....	362
Ilustración 18 Microlocalización seleccionada para la implementación de la Escuela Taller.....	382
Ilustración 19 Cronograma de actividades curso 01-año 1 .....	410
Ilustración 20 Cronograma de actividades curso 02- año1 .....	411
Ilustración 21 Etapas de la evaluación. Fuente: Elaboración propia. ....	415
Ilustración 22 Elementos del Sistema de Evaluacion. Fuente: Elaboracion propia. ....	417
Ilustración 23 Hilo utilizado en la formación de artesanos textiles .....	421
Ilustración 24 Proceso de la generacion de valor. ....	484
Ilustración 25 Esquema de los canales de distribución .....	488
Ilustración 26 Logotipo de la Escuela Taller.....	490
Ilustración 27 Propuesta de etiqueta de producto. Fuente: elaboración propia..	490
Ilustración 28 Propuesta de viñeta de productos de Escuela Taller. Fuente: elaboración propia.....	491
Ilustración 29 Canales de distribución de los productos de la Escuela Taller. Fuente: Elaboración propia.....	493
Ilustración 30 Logotipo de Pueblos Vivos .....	496
Ilustración 31 Propuestas de Afiches de la Escuela Taller. Elaboración propia utilizando herramientas de canva.com .....	498
Ilustración 32 Esquema de la Cadena de Valor de la Escuela Taller. Fuente: Elaboración Propia. ....	500
Ilustración 33 Diagrama de relaciones entre las diferentes áreas de la Escuela Taller .....	524
Ilustración 34 Diagrama de relaciones entre las distintas áreas de la Escuela Taller. ....	528
Ilustración 35 Relación de espacio en la distribución en planta de la Escuela Taller .....	529
Ilustración 36 Evaluación de una distribución en planta alterna para la Escuela Taller. ....	530

Ilustración 37 Estructura Organizativa Propuesta para la Escuela Taller. Fuente: Elaboracion Propia. ....	538
Ilustración 38 Metodología de evaluación de impacto ambiental.....	683
Ilustración 39 Estructura de Desglose de Trabajo.....	693
Ilustración 40 Subsistemas de EDT.....	694
Ilustración 41 Estructura organizativa para implementación de Escuela Taller. ....	723
Ilustración 42 Salario mínimo por sector. ....	779

## Índice de Gráficas

Gráfica 1 Porcentaje de género participantes en la encuesta dirigida a jóvenes.	81
Gráfica 2 Edad de personas encuestadas.....	82
Gráfica 3 Zona de residencia .....	82
Gráfica 4 Ocupación .....	83
Gráfica 5 Nivel de escolaridad.....	83
Gráfica 6 Importancia del oficio textil artesanal en el Municipio de San Sebastián .....	84
Gráfica 7 Representación de los telares en San Sebastián.....	85
Gráfica 8 Personas encuetados que han recibido capacitación del oficio artesano textil .....	86
Gráfica 9 Instituciones que han brindado capacitación en el oficio artesano textil .....	87
Gráfica 10 Nivel de conocimiento acerca del oficio artesano textil .....	88
Gráfica 11 Porcentaje de personas que trabajan en el oficio artesano textil .....	89
Gráfica 12 Modalidad de trabajo.....	89
Gráfica 13 Motivos por los que no trabaja como artesano textil.....	90
Gráfica 14 Otros motivos por los que no trabaja en el oficio .....	91
Gráfica 15 Porcentaje de personas que les gustaría mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil .....	92
Gráfica 16 Porcentaje de personajes interesadas en aprender el oficio artesano textil.....	92
Gráfica 17 Motivos para aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil .....	93



Gráfica 18 Atributos que asocia el oficio artesano textil .....	94
Gráfica 19 Horario que resultarían más conveniente para asistir a clases .....	95
Gráfica 20 Lo que esperan al final del curso .....	96
Gráfica 21 Motivos por los que no les gustaria aprender el oficio de artesano textil .....	98
Gráfica 22 Demanda potencial .....	109
Gráfica 23 Demanda potencial Turno matutino y vespertino .....	109
Gráfica 24 Demanda potencial para turno fines de semana .....	110
Gráfica 25 Medios por los que se abastece de hilo los talleres del Municipio de San Sebastián.....	136
Gráfica 26 Rango de precios .....	137
Gráfica 27 Género de los encuestados .....	148
Gráfica 28 Rango de edad de personas encuestadas.....	149
Gráfica 29 Municipio de residencia de personas encuestadas.....	150
Gráfica 30 Ha comprado productos textiles artesanales.....	151
Gráfica 31 Palabra o palabras asociadas a los productos textiles artesanales ....	152
Gráfica 32 Calificación de los productos textiles artesanales .....	153
Gráfica 33 Disponibilidad de pago para una hamaca.....	154
Gráfica 34 Disponibilidad de pago para una colcha. ....	155
Gráfica 35 Disponibilidad de pago para un cubrecama. ....	156
Gráfica 36 Disponibilidad de pago para un mantel.....	156
Gráfica 37 Disponibilidad de pago para una bufanda. ....	157
Gráfica 38 Disponibilidad de pago para un bolso. ....	157
Gráfica 39 Disponibilidad de pago para una yarda de tela textil artesanal.....	158
Gráfica 40 Disponibilidad de pago para otro tipo de textil artesanal a los anteriormente mencionados. ....	158
Gráfica 41 Conocimiento sobre el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales adquiridos. ....	159
Gráfica 42 Lugar de procedencia de los productos textiles artesanales adquiridos. ....	160
Gráfica 43 Productos textiles artesanales adquiridos en los últimos 12 meses. ....	161

Gráfica 44 Época del año o temporada de adquisición de productos textiles artesanales.....	163
Gráfica 45 Frecuencia de adquisición de las hamacas.....	166
Gráfica 46 Frecuencia de adquisición de colchas. ....	166
Gráfica 47 Frecuencia de adquisición de cubrecama.....	167
Gráfica 48 Frecuencia de adquisición de mantel.....	167
Gráfica 49 Frecuencia de adquisición de bufanda.....	168
Gráfica 50 Frecuencia de adquisición de bolso,.....	168
Gráfica 51 Frecuencia de adquisición de tela de manta. ....	169
Gráfica 52 Frecuencia de adquisición de otros productos textieles artesanales no mencionados anteriormente. ....	169
Gráfica 53 Consideraciones a tener un producto textil artesanal para tomar decisión de compra .....	170
Gráfica 54 Conocimiento sobre los productos textiles artesanales de San Sebastián. ....	171
Gráfica 55 Opinión sobre la calidad de los productos textiles artesanales de San Sebastián.....	172
Gráfica 56 Opinión sobre el diseño de los productos textiles artesanales de San Sebastián.....	173
Gráfica 57 Opinión sobre la durabilidad de los productos textiles artesanales de San Sebastián.....	174
Gráfica 58 Opinión sobre el precio de los productos textiles artesanales de San Sebastián.....	175
Gráfica 59 Ingreso mensual promedio de grupo familiar.....	176
Gráfica 60 Exportaciones Artesanías Guatemaltecas. Fuente: AGEXPORT. ....	217
Gráfica 61 Productos elaborados en San Sebastián.....	226
Gráfica 62 Demanda de productos textiles artesanales elaborados en San Sebastián.....	227
Gráfica 63 Tipo de cliente .....	228
Gráfica 64 Lugar de procedencia de clientes.....	230
Gráfica 65 Género de clientes .....	232

Gráfica 66 Edad de clientes de talleres de textiles artesanales del municipio de San Sebastián.....	232
Gráfica 67 Medios por los que se generan ventas .....	233
Gráfica 68 Finalidad de compra .....	234
Gráfica 69 Motivos de compra.....	235
Gráfica 70 Demanda de los productos por periodo .....	237
Gráfica 71 Medios utilizados para promocionar los productos textiles artesanales .....	240
Gráfica 72 Principal competencia.....	241
Gráfica 73 Tipo de productos que hace competencia a los productos textiles artesanales elaboradas en el Municipio de San Sebastián .....	242
Gráfica 74 Problemas de producción y abastecimiento .....	243
Gráfica 75 Problemas de comercialización .....	244
Gráfica 76 Satisfacción de la disponibilidad de mano de obra .....	245
Gráfica 77 Razones de la insuficiencia de la mano de obra.....	246
Gráfica 78 Facilitación de capacitación de los talleres existentes en el municipio .....	247
Gráfica 79 Oportunidad de trabajo brindada luego de capacitación en el oficio artesano textil .....	248
Gráfica 80 Suficiencia de la cantidad de equipo de los talleres.....	250
Gráfica 81 Frecuencia de abastecimiento de hilo .....	253
Gráfica 82 Canales de abastecimiento.....	254
Gráfica 83 Oportunidades visualizadas para el oficio artesano textil .....	257
Gráfica 84 Conocimiento si los productos han sido llevados a otros países .....	258
Gráfica 85 Forma de llevar los productos al extranjero .....	259
Gráfica 86 Nivel de conocimiento del oficio artesano textil.....	273
Gráfica 87 Cantidad de artesanos por genero .....	274
Gráfica 88 Edad de artesanos .....	274
Gráfica 89 Porcentaje de artesanos mayores de 60 años con un conocimiento total del oficio.....	275
Gráfica 90 Edad de artesanos por género.....	276
Gráfica 91 Cargo de artesanos .....	276

Gráfica 92 Cargo de artesanos por género.....	277
Gráfica 93 Producción diaria por producto.....	279
Gráfica 94 Porcentaje de tejedores por producto.....	279
Gráfica 95 Telares activos e inactivos.....	280
Gráfica 96 Urdidores activos e inactivos .....	281
Gráfica 97 Tornos activos e inactivos.....	281
Gráfica 98 Trazcañadera activa e inactiva .....	282
Gráfica 99 Maquina de coser.....	282
Gráfica 100 Ubicación de los negocios de artesanías encuestados .....	306
Gráfica 101 Productos textiles artesanales comercializados .....	307
Gráfica 102 Productos textiles artesanales con mayor venta .....	308
Gráfica 103 Lugar de procedencia de los clientes .....	309
Gráfica 104 Género de Clientes.....	310
Gráfica 105 Edad de Clientes .....	310
Gráfica 106 Lugar donde se generan más ventas .....	311
Gráfica 107 Finalidad de compra .....	312
Gráfica 108 Motivos de compra.....	313
Gráfica 109 Medios de promoción de los productos .....	316
Gráfica 110 Rango de precios de productos textiles artesanales .....	318
Gráfica 111 Medios de abastecimiento.....	318
Gráfica 112 Frecuencia de adquisición de productos textiles artesanales.....	319
Gráfica 113 Unidades adquiridas por mes.....	320
Gráfica 114 Lugar de procedencia de los productos .....	321
Gráfica 115 Punto de equilibrio general año 1. ....	638
Gráfica 116 Punto de equilibrio general año 2. ....	640
Gráfica 117 Punto de equilibrio general año 3. ....	641
Gráfica 118 Punto de equilibrio general año 4. ....	642
Gráfica 119 Punto de equilibrio general año 5. ....	643
Gráfica 120 Punto de equilibrio Hamaca año 1 .....	644
Gráfica 121 Punto de equilibrio Mantel año 1 .....	644
Gráfica 122 Punto de equilibrio Individual año 1 .....	645
Gráfica 123 Punto de equilibrio Colcha año 1 .....	646

Gráfica 124 Porcentaje de hombres y mujeres artesanas textiles.....	680
Gráfica 125 Participación de mujeres en operaciones del oficio artesano textil..	680
Gráfica 126 Posible porcentaje de participación por genero .....	681
Gráfica 127 Punto de equilibrio Hamacas año 2.....	800
Gráfica 128 Punto de equilibrio Hamacas año 3.....	801
Gráfica 129 Punto de equilibrio Hamacas año 4.....	802
Gráfica 130 Punto de equilibrio Hamacas año 5.....	803
Gráfica 131 Punto de equilibrio Mantel año 2 .....	805
Gráfica 132 Punto de equilibrio mantel año 3 .....	806
Gráfica 133 Punto de equilibrio mantel año 4 .....	807
Gráfica 134 Punto de equilibrio mantel año 5. ....	808
Gráfica 135 Punto de equilibrio individual año 2 .....	809
Gráfica 136 Punto de equilibrio individual año 3 .....	811
Gráfica 137 Punto de equilibrio individual año 4 .....	812
Gráfica 138 Punto de equilibrio individual año 5 .....	813
Gráfica 139 Punto de equilibrio colcha año 2 .....	814
Gráfica 140 Punto de equilibrio colcha año3 .....	815
Gráfica 141 Punto de equilibrio colcha año 4 .....	817
Gráfica 142 Punto de equilibrio colcha año 5 .....	818

## Índice de Anexos

Anexo 1 Determinación de P Y Q.....	751
Anexo 2 Encuesta para segmento de la población de San Sebastián entre 16-35 años.....	752
Anexo 3 Cuestionario dirigido a consumidores de productos Textiles Artesanales .....	757
Anexo 4 Censo de Talleres y Artesanos .....	761
Anexo 5 Cuestionario Dirigido A Los Productores .....	763
Anexo 6 Cuestionario Dirigido a Los Comerciantes de Textiles Artesanales.....	770
Anexo 7 Cantidad de compra productos por pedido .....	774

Anexo 8 Determinación de los pronósticos de producción periodo 1-5 años de funcionamiento.....	775
Anexo 9 Determinación de UBPP .....	777
Anexo 10 Tarifas de salarios mínimos .....	779
Anexo 11 Cotizaciones.....	780
Anexo 12 Propuestas de Estatutos.....	785
Anexo 13 Punto de Equilibrio.....	799

## INTRODUCCIÓN

---

El patrimonio cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región; Incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial, documentos y obras de arte) sino también lo que se llama patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y [tradiciones] características de un grupo o cultura.

El Municipio de San Sebastián se caracteriza por los telares artesanales, convirtiéndole en el patrimonio cultural de la zona.

El proceso de elaboración de tejidos en talleres de palanca es muy peculiar, por lo que los artesanos de San Sebastián buscan protegerlo, ya que genera arraigo e identidad y posee valor cultural, histórico, social y económico.

Actualmente el oficio de artesano textil se encuentra en peligro de desaparecer, ya que los jóvenes muestran poco interés en practicar el oficio, el 77% de los artesanos, tienen una edad mayor a 40 años y solo un 23% tienen una edad menor a los 40 años, por lo que se vuelve necesario la capacitación a jóvenes en el oficio artesano textil; es por ello se propone la creación de una Escuela Taller de telares de San Sebastián.

En el presente trabajo se desarrolla la etapa de Diseño que consiste en propuesta de trabajo en función de la identificación de beneficiarios, problema a resolver con el proyecto, estrategia de solución ofrecida, los objetivos a desarrollar, los resultados esperados y las actividades y recursos a ocupar en su desarrollo, dando como propuesta la creación de una escuela taller artesanal de telares.

La Escuela taller cumplen un objetivo insertar a la población beneficiaria en el sector productivo. Además, de capacitar para un oficio de utilidad pública o de interés social.

Las encargadas de ofertar la capacitación será la Alcaldía Municipal de San Sebastián, a través de una ADESCO (Asociación de Desarrollo Comunal), la cual es una agrupación de vecinos de una comunidad, que se legalizan para velar por el bienestar de su localidad.

La capacitación en el oficio artesano textil, busca la recuperación del patrimonio de una ciudad histórico, y cultural. Además, busca mejorar la vida de los ciudadanos.



## OBJETIVOS

---

### Objetivo General

Diseñar una escuela taller artesanal con el fin de reactivar la industria textil artesanal del Municipio de San Sebastián, San Vicente; la cual brinde conocimientos teóricos y prácticos, permitiendo la producción y comercialización de productos textiles artesanales que genere ingresos para la sostenibilidad de la escuela taller, así como contribuir al desarrollo económico y social de este Municipio.

### Objetivos Específicos

- Investigar acerca de la comercialización, distribución, abastecimiento y consumidores de textiles artesanales y del oficio en San Sebastián y el país, a través de fuentes primarias y secundarias para la recolección de información referente a la situación actual del subsector, y que esta información sirva de insumo para el diseño de la solución.
- Realizar la conceptualización del diseño de la escuela taller de telares de San Sebastián para determinar cuáles son los componentes del sistema.
- Determinar el diseño de la escuela taller los diferentes componentes del sistema de la misma, incluyendo su área administrativa, productiva y de capacitación, como su estructura organizativa y funciones de sus integrantes.
- Determinar la Inversión y los costos en los que incurriría la alcaldía municipal de San Sebastián en la implementación y operación de la escuela taller de telares de San Sebastián.

- Desarrollar evaluaciones económicas, financieras, sociales, ambientales y de género al proyecto con el propósito de conocer los beneficios que trae el proyecto a los pobladores del Municipio de San Sebastián.
- Determinar el conjunto de actividades y personal requerido para realizar el proyecto dentro de las metas establecidas de tiempo y presupuesto.

## ALCANCES Y LIMITACIONES

---

### Alcances

- El estudio pretende determinar el proceso sistemático adecuado y efectivo por medio de la realización de un estudio de mercado, diseño de la escuela taller de telares en el municipio de San Sebastián, San Vicente y plan de implementación de la misma, para la formación de nuevos artesanos que cuenten con los conocimientos teóricos y prácticos para ejercer el oficio artesanal e integrarlos a la actividad productiva local.
- En cuanto al estudio de mercado, cuenta con el análisis del mercado abastecedor, consumidor, competidor y distribuidor, tanto para el servicio de capacitación artesanal que prestará el proyecto, como para los productos que se elaborarán y comercializarán por parte del mismo. El estudio de mercado se requiere para conocer las condiciones de oferta y demanda, y la respuesta que tendrán tanto el servicio como los productos que ofrecerá la Escuela Taller, para tomar decisiones estratégicas adecuadas y minimizar los riesgos del proyecto.
- El diseño del proyecto de Escuela Taller cuenta con tres Áreas de funcionamiento definidas, una es la capacitación en el oficio de tejedor, otra es la producción de textiles artesanales y la tercera es la comercialización de los mismos para generar ingresos a la institución.
- El estudio determina la inversión que se debe realizar para la implementación y puesta en marcha del proyecto; cuenta con la evaluación económica y financiera correspondiente como insumo para la toma de decisiones de la contraparte y contraparte asociada, para ser del conocimiento de otros involucrados y la presentación a entidades de financiamiento. Se determinan las fuentes de financiamiento factibles para el proyecto, también se abordará la propuesta de gratuidad para el servicio de formación para la población elegible del municipio de San Sebastián.

- El proyecto abarca al segmento de la población de San Sebastián comprendido entre los 16 a 35 años, teniendo como principal requisito saber leer y escribir.
- El estudio para el diseño de una escuela taller de telares de San Sebastián abarca las evaluaciones económica, financiera, social, ambiental y de género del proyecto con el propósito de determinar costos y los beneficios que generará.
- El estudio incluye la elaboración de una propuesta para la administración del proyecto.

### **Limitaciones**

- Para el desarrollo del estudio se utilizó información actualizada disponible, proveniente de fuentes primarias y secundarias, de estadística, correspondiente a la industria textil en diversas instituciones de gobierno, la contraparte, gremiales, asociaciones empresariales, estudios de la materia de diversos organismos y sitios web.
- El estudio de mercado para el servicio de formación ocupacional se delimitó al área geográfica del Municipio de San Sebastián, San Vicente.
- En tanto que, el estudio de mercado para los productos elaborados en telares, se priorizó al Área Metropolitana de San Salvador.
- El estudio se realiza dentro del periodo de tiempo que corresponde al proceso de Trabajo de Graduación que el equipo investigador lleva a cabo, conforme a la programación de la Coordinación General de Trabajos de Graduación.
- El proyecto contará con financiamiento de la alcaldía de San Sebastián, por lo que el proyecto será implementado en este municipio, y los beneficiarios serán habitantes del mismo.
- La población beneficiaria será un segmento de la población de San Sebastián dentro del intervalo de edad convenido por los involucrados.

## IMPORTANCIA Y JUSTIFICACIÓN

---

### Importancia

El oficio textil artesanal es una fuente de empleo para los pobladores del lugar; especialmente para las personas capacitadas en el oficio, además este subsector genera trabajo y dinamiza la economía.

Para el 2012 el sector industrial representaba un 11% de las unidades económicas<sup>1</sup> en el municipio de San Sebastián, mientras que el sector comercio posee el mayor porcentaje con un 64%.

SECTOR	UNIDADES ECONÓMICAS	PORCENTAJE
COMERCIO	147	63.64%
CONSTRUCCIÓN	0	0.00%
ELECTRICIDAD	0	0.00%
INDUSTRIA	26	11.26%
SERVICIOS	57	24.68%
TRANSPORTE	1	0.43%
<b>TOTAL</b>	231	100.00%

Tabla 1 Unidades económicas.

Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (Directorio de Unidades Económicas 2012)

Otros datos proporcionados por la Dirección General de Estadística y Censos en su estudio "Directorio de Unidades Económicas", Son el personal ocupado<sup>2</sup> el cual representa el 17% en el sector industrial.

---

<sup>1</sup> **Unidades Económicas:** Individuos y organizaciones en cuyo comportamiento se interesa la economía y que analíticamente pueden considerarse unidades de decisión.

<sup>2</sup> **Personal Ocupado:** Se entiende por personal ocupado al conjunto de personas, fijas o eventuales, que se encontraban ejerciendo una labor, remunerada o no, para el establecimiento.

SECTOR	PERSONAL OCUPADO	PORCENTAJE
COMERCIO	240	51.95%
CONSTRUCCIÓN		0.00%
ELECTRICIDAD		0.00%
INDUSTRIA	79	17.10%
SERVICIOS	141	30.52%
TRANSPORTE	2	0.43%
<b>TOTAL</b>	<b>462</b>	<b>100.00%</b>

**Tabla 2 Personal Ocupado.**

**Fuente: Dirección General de Estadísticas y Censos (Directorio de Unidades Económicas 2012).**

Basados en las estadísticas anteriores se vuelve necesarios la reactivación del sector industrial, en el cual se encuentra el sector textil, generando un desarrollo económico y social dentro del municipio de San Sebastián.

Entre los beneficios sociales que podría generar la escuela taller está educación para el segmento seleccionado en el manejo de telares, permitiendo el aprendizaje y perfección del oficio, así como la inserción a área productiva del municipio, generando mayores ingresos y más empleo en el municipio.

Otro aspecto importante es que la artesanía textil y los telares son patrimonio cultural del municipio; la existencia de telares en el municipio se remonta al siglo XVII y finales del siglo XIX, provenientes del sur de España.

En la actualidad los textiles artesanales se encuentran en declive, y unas de las causas es el desinterés por aprender el oficio, ya que por lo general solo personas adultas lo están practicando.

Los talleres de Artesanías textiles son un atractivo para el turista; este municipio se encuentra en el circuito Tierra de colores y sabores artesanales, el cual se encuentra dentro de la microrregión del Valle de Jiboa; Los lugares que pertenecen a la tierra de colores y sabores artesanales es: Santa Clara, Santo domingo, San Sebastián, San Lorenzo, San Esteban Catarina, San Ildefonso.

Los habitantes de San Sebastián le han dado un toque propio a las confecciones que realizan, las cuales se convirtieron en sus fuentes de ingresos. Aquí es posible comprar hamacas de tela, colchas, manteles, diversas prendas de vestir, entre

otras cosas; San Sebastián se ha convertido en una ciudad de turismo debido a la tradición de elaborar hamacas y otros productos en telares, siendo esta su artesanía principal, por lo tanto, el proyecto de la escuela taller beneficia indirectamente al turismo.

## **Justificación**

La tasa de inactividad específica a nivel nacional en el rango de edad en jóvenes de 16 a 24 años es de 51.0% (según EHPM 2017). Esta situación se debe resolver con la colaboración de instituciones públicas y privadas, así como la comunidad en general, por tanto, la iniciativa de implementación de la Escuela Taller es necesaria para el desarrollo de destrezas y competencias en los jóvenes, que les permitan obtener un empleo y generar ingresos para sus familias.

El involucramiento de la Dirección de Fomento Productivo en el proyecto, conforme con su objetivo de contribuir al incremento de la inversión productiva, reactivar y fortalecer la actividad productiva textil artesanal en el municipio de San Sebastián, generar empleo y permitir comercializar productos de calidad al mercado que lo demanda.

La Alcaldía Municipal está interesada en el proyecto por su aporte a la actividad productiva, generación de empleo y beneficio social; además del carácter patrimonial que representan los telares para San Sebastián y el atractivo que supone para comerciantes, turistas y visitantes.

La necesidad de mano de obra que hay en los talleres de telares del municipio, donde en la actualidad es difícil contar con la cantidad de tejedores que permitan aprovechar la capacidad instalada que poseen, así como el hecho de poder cubrir eventualmente pedidos de grandes volúmenes, tanto para la venta minorista, a comerciantes y a compradores que solicitan grandes cantidades de productos.

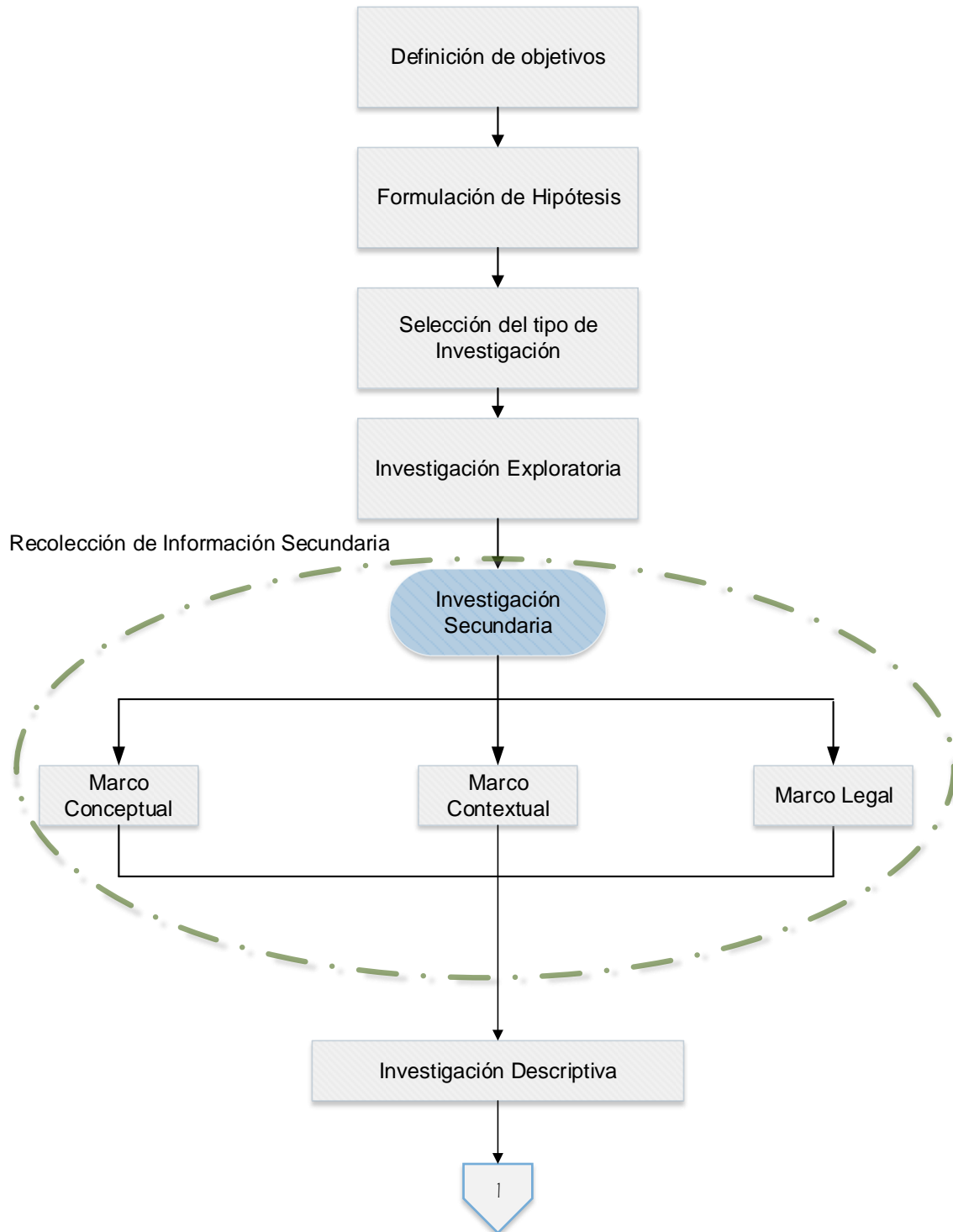
## ETAPA I: DIAGNÓSTICO

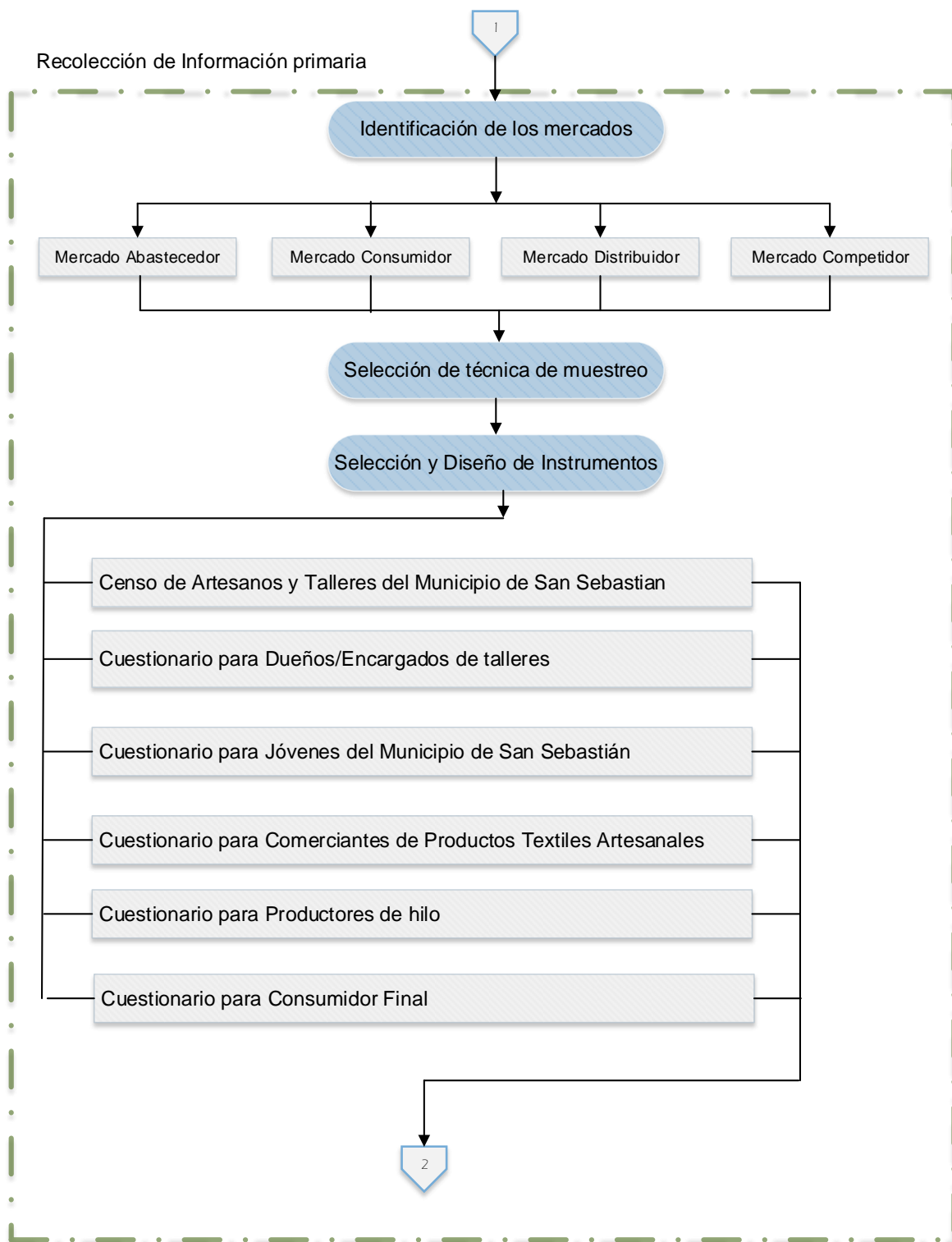
---





## METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN





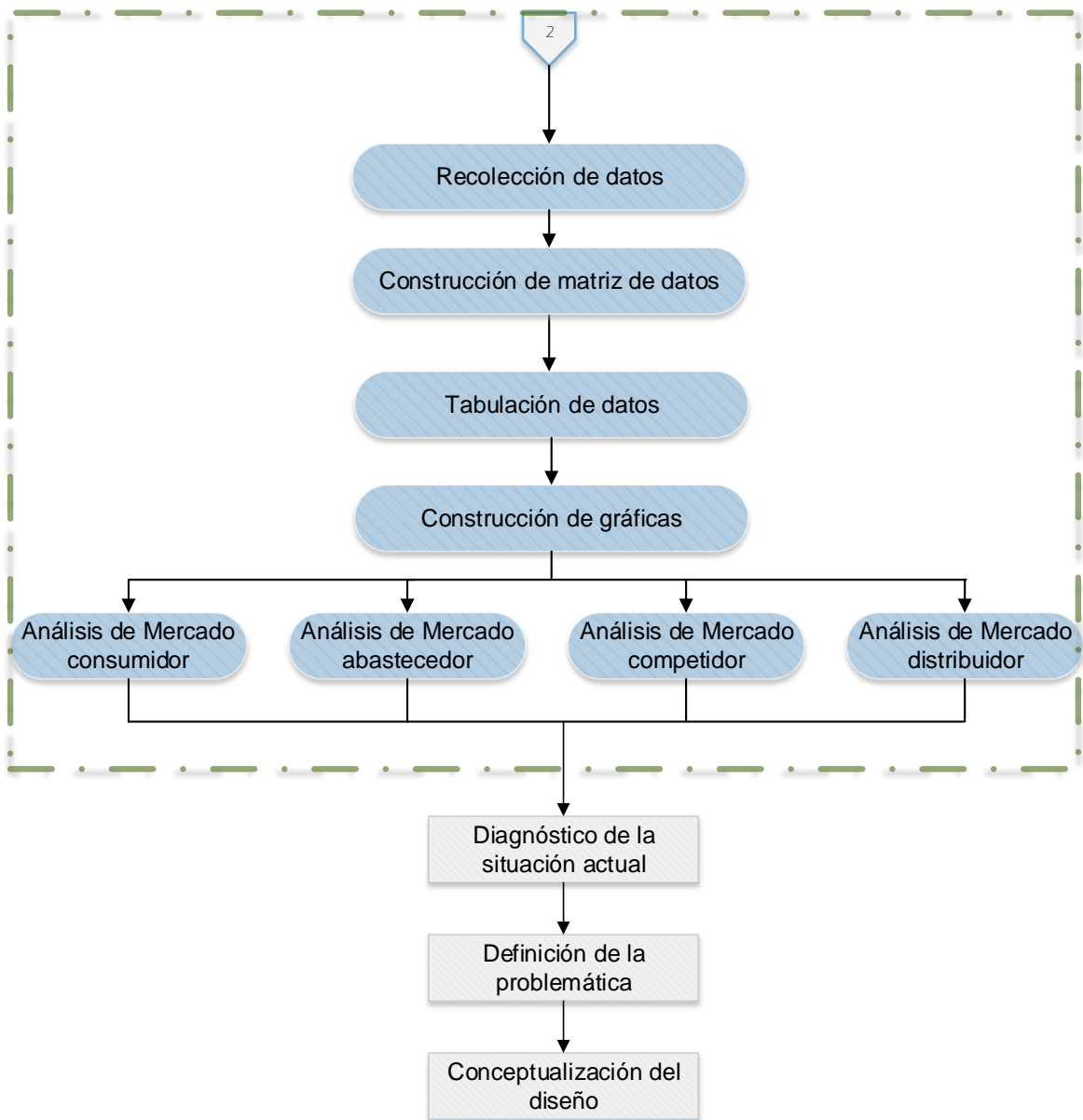


Ilustración 1 Metodología de la investigación

## **OBJETIVOS DE LA ETAPA**

### **Objetivo general**

- Analizar la situación actual del subsector Textil Artesanal en el municipio de San Sebastián, que proporcione información de la participación e interés que posee la población en el oficio, tanto en capacitarse como integrarse al mismo, así como también la aceptación de los productos en el mercado.

### **Objetivos específicos**

- Conocer la oferta de hilo, con el objetivo de establecer las condiciones de distribución y precio de la materia prima por parte de fabricantes y comercializadores.
- Identificar las características que posee el consumidor final de los productos textiles artesanales y los hábitos de compra que poseen.
- Indagar acerca del interés de las personas del municipio en capacitarse en el oficio textil artesanal con el propósito de definir la posible demanda que tendrá la Escuela Taller en el municipio.
- Identificar los productos que ofrecen la competencia directa e indirecta y las cualidades diferenciadoras que poseen los productos característicos elaborados en las técnicas y métodos tradicionales de San Sebastián, así mismo para los productos de la competencia elaborados en otros sitios.
- Identificar los medios por los cuales la competencia comercializa sus productos y el segmento de mercado al que van destinados.

- Evaluar la situación actual de los artesanos textiles, que permita realizar un diagnóstico, posibilitando realizar un diseño de solución para la problemática.
- Identificar posibles causas de la problemática, que han propiciado el desinterés de aprender y practicar el oficio artesano textil por parte de los jóvenes.
- Proponer la conceptualización del diseño de la solución, con el fin de dar solución a algunas de las problemáticas determinadas en el estudio.

## 1 FORMULACIÓN DE HIPÓTESIS

### **Mercado Abastecedor**

- En el Municipio de San Sebastián, la mayoría de las personas que se dedican al oficio textil artesanal son adultos mayores, generando a futuro pérdida del patrimonio, debido a la falta de interés de los jóvenes en aprender y practicar el oficio.
- La escasez de mano de obra es el principal problema que enfrentan los talleres de textiles artesanales de San Sebastián.
- Muchos de los artesanos existentes en el municipio no saben el oficio completo, debido a la falta de capacitación en el oficio textil artesanal.
- Los costos elevados de producción se deben al problema de abastecimiento de materia prima, ya que se debe adquirir a precios altos y sin las características requeridas para la fabricación de los productos textiles artesanales.
- Existe equipo inactivo en los talleres, debido a la falta de mano de obra, causada por el desinterés de los jóvenes en practicar el oficio.
- Jóvenes en el Municipio de San Sebastián están interesados en capacitarse en el oficio de artesano Textil.
- Una limitante de la implementación de la Escuela Taller es la falta de personal capacitado para la enseñanza del oficio.
- La mayoría de jóvenes entre 16-35 años trabaja o estudia.
- Los jóvenes entre 16-35 años han realizado sus estudios hasta bachillerato.
- El oficio Artesano textil representa para los jóvenes una fuente de trabajo, que propicia el desarrollo del Municipio.
- Pocos jóvenes trabajan en el oficio artesano textil.

## **Mercado Consumidor**

- La mayoría consumidores de productos textiles artesanales residen en el municipio de San Salvador.
- La gran mayoría de las personas ha adquirido productos textiles artesanales.
- Los clientes de los productores de San Sebastián son en su mayoría de San Salvador, hombres y mujeres por igual, y adultos.
- Las principales consideraciones que las personas tienen al momento de decidir si comprar o no un producto textil son la calidad y la originalidad del producto.
- Los clientes perciben que la calidad de los productos textiles artesanales es muy buena.
- La mayoría de la población de San Sebastián relaciona las artesanías textiles como un arte.
- Más del 50% de los consumidores percibe que la calidad de los productos textiles artesanales es muy buena.
- El precio de los productos textiles artesanales varía de acuerdo al lugar de compra
- La mayoría de los consumidores desconoce el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales.
- Los productos con mayor adquisición en los últimos 12 meses son las Hamacas y los Manteles
- La frecuencia de compra de los productos textiles artesanales como hamacas, manteles, individuales y colchas es de una vez al año.
- Los consumidores de productos textiles artesanales consideran que los productos de San Sebastián se comercializan a un precio adecuado.
- Los ingresos de los consumidores es mayor a \$300.00.

## **Mercado Competidor**

- La competencia de productos textiles artesanales de manera directa se localiza en el Municipio de San Sebastián.

- Los diferentes productos textiles artesanales presentan una marcada estacionalidad en sus ventas en el transcurso del año.
- Los productos textiles artesanales elaborados en San Sebastián, son los tradicionales, como hamacas, manteles y colchas, principalmente.
- Los clientes de los productores de San Sebastián son en su mayoría de San Salvador, hombres y mujeres por igual, y adultos.
- Más del 50% de los consumidores percibe que la calidad de los productos textiles artesanales es muy buena.
- La mayoría de las personas desconoce el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que adquiere.
- Los productos con mayor adquisición en los últimos 12 meses son las Hamacas y los Manteles.
- La frecuencia de compra de los productos textiles artesanales es de una vez al año.
- Las principales consideraciones que las personas tienen al momento de decidir si comprar o no un producto textil son la calidad y la originalidad del producto.
- Los productos de San Sebastián son conocidos por una buena calidad y precio justo.
- El número de artesanos textiles se verá incremento en el municipio debido a la implementación de la escuela taller.
- Jornada de trabajo de los tejedores son de acuerdo a la cantidad de pedidos de producto que tiene el taller

### **Mercado Distribuidor**

- La principal forma de comercializar los productos en el subsector textil artesanal es en su local, por medio del trato directo con sus clientes.
- Los principales clientes de los talleres son mayoristas que adquieren el producto con el objetivo de realizar una posible comercialización.
- Los comerciantes de productos artesanales lo venden en mayor medida en tiendas o puestos de venta.



- Los comerciantes de productos artesanales lo venden en mayor medida en tiendas o puestos de venta

## **2 SELECCIÓN DEL TIPO DE INVESTIGACIÓN**

La Investigación es un proceso que, mediante la aplicación del método científico, encamina a conseguir información apreciable y fehaciente, para concebir, comprobar, corregir o emplear el conocimiento.

La clasificación de los diferentes tipos de investigación se relaciona de alguna forma con el problema que pretende resolver o contribuir a resolver, se consideran tres tipos de investigaciones: las exploratorias, las descriptivas y las explicativas.

### **1. Investigación Exploratoria**

Las investigaciones de tipo exploratorias ofrecen un primer acercamiento al problema que se pretende estudiar y conocer.

La investigación de tipo exploratoria se realiza para conocer el tema que se abordará, permite “familiarizarse” con algo que hasta el momento desconocíamos.

Con este tipo de investigación o bien se obtiene la información inicial para continuar con una investigación más rigurosa, o bien se deja planteada y formulada una hipótesis (que se podrá retomar en la investigación, o no).

### **2. Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva es la que se utiliza, tal como el nombre lo dice, para describir la realidad de situaciones, eventos, personas, grupos o comunidades que se estén abordando y que se pretenda analizar.

En este tipo de investigación la cuestión no va mucho más allá del nivel descriptivo; ya que consiste en plantear lo más relevante de un hecho o situación concreta. De todas formas, la investigación descriptiva no consiste únicamente en acumular y procesar datos. El investigador debe definir su análisis y los procesos que involucrará el mismo.

### **3. Investigación Explicativa**

La investigación de tipo explicativa ya no solo describe el problema o fenómeno observado, sino que se acerca y busca explicar las causas que originaron la situación analizada.

En otras palabras, es la interpretación de una realidad o la explicación del por qué y para qué del objeto de estudio; a fin de ampliar el “¿Qué?” de la investigación exploratoria y el “¿cómo?” de la investigación descriptiva.

Para el presente estudio se utilizará la investigación exploratoria y descriptiva; la exploratoria ya que actualmente no existen estudios previos de la Escuela Taller y este tipo de investigación se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que tan sólo hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas; y descriptiva puesto que este tipo de investigación se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios y en el presente estudio se tiene como objetivo profundizar en el estudio, investigando la problemática de subsector Textil Artesanal, Es por ello que utilizara el tipo de investigación descriptiva el cual busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas. (Sampieri, 2010)

#### **Determinación de las Fuentes de Información**

Las fuentes de información a considerar en el estudio son las clasificadas como fuentes primarias y secundarias.

**Fuentes de información Primarias:** Son aquellas que contienen información nueva u original, de primera mano. El término original no se refiere a la novedad, a que

nadie haya tratado antes el tema, sino a que es el documento origen de la información, que en él se contiene toda la información necesaria, no remite ni necesita completarse con otra fuente.

**Fuentes de información secundarias:** contienen información organizada, elaborada, producto de análisis, extracción o reorganización de todos aquellos datos que ya existen sobre la temática o que fueron recopilados anteriormente.

A partir del numeral 8 del presente trabajo se iniciará la investigación exploratoria la cual hace uso de información secundaria, partir del numeral 9 se inicia la investigación descriptiva, en la cual se hace uso tanto de información secundaria como de primaria, para la realización del estudio se tienen las principales fuentes de información:

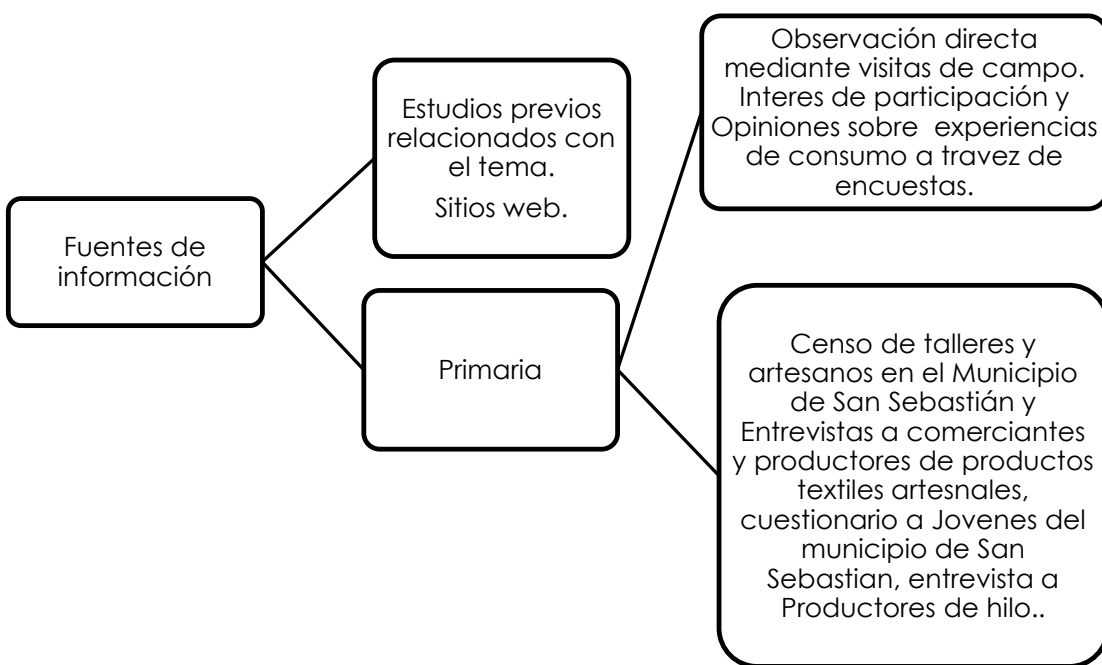


Ilustración 2 Fuentes de información a utilizar.

A continuación, se detalla el tipo de investigación utilizada en cada uno de los mercados en el presente trabajo:

<b>Mercado</b>	<b>Tipo de investigación</b>	<b>Fuentes</b>
<b>Abastecedor para la Escuela</b>	Investigación descriptiva	Fuente secundaria: Datos Población San Sebastián 2016. Proporcionadas por Unidad de Salud Municipal de San Sebastián, San Vicente.
		Fuentes primaria: Cuestionario dirigido para jóvenes del Municipio de San Sebastián, San Vicente
<b>Abastecedor para el taller</b>	Investigación descriptiva	Fuente Secundaria: Sitios web.
		Fuente primaria: Observación directa durante visitas a talleres, Sondeo de precios de hilo, Encuesta dirigida a dueños o encargados de talleres.
<b>Consumidor</b>	Investigación exploratoria	Fuentes secundarias: Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples (EHPM), elaborada por la Dirección de Estadística y Censos (DIGESTYC) del Ministerio de Economía en el año 2017.
	Investigación descriptiva	Fuente primaria: Cuestionario dirigido a personas residentes en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS).
<b>Competidor</b>	Investigación exploratoria y descriptiva	Fuentes secundarias: Información proporcionada por instituciones de gobierno y sitios web con información relacionada, informes disponibles como revistas y otros medios impresos.
		Fuentes primarias: Cuestionario dirigido a los productores de textiles artesanales y el Censo de artesanos textiles de San Sebastián.
<b>Distribuidor</b>	Investigación exploratoria y descriptiva	Fuente secundaria: Sitios web.
		Fuente primaria: Cuestionario dirigido a comerciantes de productos textiles artesanales.

**Tabla 3 Tipo de investigación utilizada en cada uno de los mercados**

### 3 INVESTIGACIÓN SECUNDARIA

#### 3.1 Marco Conceptual

##### 3.1.1 Artesanía

Son objetos artísticos de significación cultural, realizados manualmente o con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías. Dichos objetos reflejan una autenticidad que enorgullece y revitaliza la "identidad", y deben conservar técnicas de trabajo tradicionales y los diseños autóctonos de una determinada región.

Definición de Artesanías según CONAMYPE: "Producto con características distintivas obtenido del conjunto de artes realizadas total o parcialmente a mano, que requiere destreza manual y sentido estético o artístico, para realizar objetos, con sello personal o colectivo, funcionales o decorativos en un proceso de transformación de materias primas."

##### 3.1.2 Clasificación de las artesanías

Según la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal, las artesanías acordes a las características del país, se clasifican de dos maneras, según su Origen y según su Uso.

#### **Artesanías según su Origen**

- **Artesanía Originaria:** es aquella artesanía que, por sus formas, iconografías y significaciones o simbolismos, así como sus modos primordiales de producción, tienen su raíz en los conocimientos y técnicas transmitidos generacionalmente por los pueblos indígenas, formando parte del patrimonio cultural inmaterial.

- **Artesanía Identitaria:** es aquella artesanía producto de la fusión o sincretismo de culturas que, por sus formas, rasgos iconográficos o diseño, genera en el tiempo un sentimiento de identidad a una comunidad determinada, convirtiendo su práctica de producción en un referente del patrimonio cultural inmaterial.
- **Artesanía Tradicional Popular:** es aquella artesanía resultante de un proceso de fusión o sincretismo de culturas, elaborada a nivel nacional, en la que se conservan sus rasgos generales de forma, tendencia estética o diseño, que, aunque no se identifica su origen, forma parte de la tradición nacional.
- **Artesanía Contemporánea o Neoartesanía:** se caracteriza porque, tanto en el diseño de sus formas, como en su expresión gráfica, convergen principios estéticos de tendencia universal sin perder la intervención manual directa de la persona artesana como el componente más importante del producto acabado; éste sincretiza modos tradicionales de producción con apropiaciones tecnológicas contemporáneas, sean éstas para el diseño o para la producción de una artesanía, que destaca por la creatividad de la persona, expresada en la originalidad, calidad e innovación.
- **Artesanía de Autor:** es aquella que posee el sello individual de la persona artesana en su expresión artística, son piezas únicas o su reproducción, es en serie numerada y limitada de la misma. Se distingue por sus rasgos singulares y lenguaje artístico propio asociado al autor o autora, y por sus niveles de creatividad, innovación y calidad estética.

#### **Artesanías según su Uso**

- **Utilitaria:** Se entenderá artesanía utilitaria a aquel objeto que luego de ser considerado artesanía, manifieste las siguientes cualidades: que trascienda del hecho decorativo como objeto de adorno corporal u ornamental en general, que tenga la capacidad de inserción en la vida cotidiana y que dé soluciones a necesidades cotidianas.
- **Decoración:** Se entenderá artesanía decorativa a aquel objeto que luego de ser considerado artesanía, manifieste las siguientes cualidades: que su objeto principal sea hecho decorativo u ornamental.

- **Accesorios:** Se entenderá artesanía de accesorios a aquel producto que luego se ser considerado artesanía, manifieste la cualidad de ser “adorno corporal” u objeto complementario de una prenda de vestir.

### 3.1.3 Clasificación de las artesanías textiles de San Sebastián

Las artesanías textiles elaboradas en telares de palanca en el municipio de San Sebastián, se clasifican según su origen, como **Artesanía Tradicional Popular**, ya que los conocimientos y técnicas que aplican los artesanos viene de la época de la colonia, pese a no tener un origen local, forma parte de la tradición del municipio que ha sido legado de varias generaciones, y que además es distintivo del municipio a nivel nacional.

En cuanto a la clasificación según su uso, los tejidos elaborados en el municipio se clasifican como **Utilitaria** y de **Decoración**. Utilitario debido a que estos productos, pueden tener uso cotidiano y como el caso de la hamaca, ser utilizada para tener un momento de descanso, los manteles pueden usarse para cubrir superficies y los más pequeños para protección de productos alimenticios, las cobijas son utilizadas para arroparse mientras se duerme, y también se pueden elaborar prendas de vestir con los tejidos. Decorativo debido a que los tejidos también pueden ser usados como elemento decorativo sobre algún tipo de superficie.

### 3.1.4 Telar artesanal

#### Definición

Definimos telar como cualquier artilugio donde se colocan unos hilos paralelos, denominados urdimbres, que deben sujetarse a ambos lados para tensarlos y mediante un mecanismo estos hilos son elevados individualmente o en grupos, formando una abertura denominada calada, a través de la cual pasa la trama.



### 3.1.5 Tipos de telares<sup>3</sup>

- **Bastidor simple: Cuadro de madera** donde se tienden las lanas, hilos o el material con el que se tejera. Las caladas, lugar donde se pasa la naveta, son palos pequeños de madera. **Se utiliza para la confección de fajas y mantas.**
  - **Bastidor con mariposas:** de características similares al bastidor simple, donde se confecciona principalmente fajas. Sin embargo, se diferencia por la presencia de **ganchos en forma de mariposas** que permiten ajustar el largo de la prenda a confeccionar en cuestión.
  - **Bastidor con clavos:** Los clavos permiten que **la trama del tejido quede muy prolijo** y parejo. Se utiliza principalmente para la creación de tapices, alfombras, etc. Los clavos pueden estar en todos sus lados o solamente en dos de ellos.
  - **Bastidor Azteca o Maya:** Su estructura depende de **dos listones de maderas** dispuestos paralelamente y separados a no más de 2 cm, en los topes dos varillas los sostienen y el tejido cae en dicha separación.
  - **Telar de peine:** telar de madera que se utiliza de forma individual. Contiene **un peine de madera o plástico que proporciona la calada**. Este queda fijo al telar, solamente se lo sube o baja para darle un entramado al tejido. Pueden encontrarse de diferentes tamaños.
  - **Telar con pies:** uno de los telares más antiguos y el más utilizado. Tiene un pequeño sistema mecanizado, aunque no deja de ser artesanal. **Cuenta con pedales** para trabajar telas más complejas y más grandes a mayor velocidad.
  - **Telar de cartón:** es el más económico y accesible. Cuenta con una **estructura de cartón** al que se le hacen ranuras por las que se tenderán los hilos, lana, etc.
  - **Telar infantil:** El modelo proviene de Europa, sirve para iniciar a los más pequeños en el arte de tejer con telar. Es un estilo de telar con peine, pero simplificado. Se diferencia de este porque **tiene un palo para separar las caladas en vez de un peine.**
- 

<sup>3</sup> Tipos.co Tipos de telares

- **Telar circular:** Una **estructura circular** de madera con clavos en los bordes por los que se pasa la urdimbre de manera diagonal hasta formar la prenda que se desea. Es ideal para gorros, boinas, etc.
- **Telerín:** Telar muy **pequeño de forma circular**. Su mecanismo consiste en fraccionar la urdimbre al tejerla, por ende, su entramado da forma de "ensamble". Luego, mediante *crochet* u otro tipo de tejido, se le da una terminación.
- **Telar araucano chico:** Se confecciona principalmente **ponchos y bufandas**. Es muy práctico a la hora de elaborar murales, frazadas, mantas en general. Puede tejer "choapinos", especie de alfombra muy recomendada por lo hermoso de su trama.
- **Telar araucano grande:** Es ideal para la confección de faldas y tejido de gran tamaño. **Cuenta con un trípode** lo que facilita tejer en el mismo.
- **Telar egipcio o de tablillas:** Sirve para la confección de **cintos, cinchas y cinturones**.
- **Telar Tricotín:** Este tipo de telar facilita la **confección de adornos**, como flores de diferentes tamaños y especies.
- **Telar cola de ratón:** Su estructura **permite hacer cuerdas de diferentes colores y tamaños** permitiendo la posible la confección de frazadas, cubrecamas, entre otros.
- **Telar de mostacillas:** Ideal para niñas, pues **permite hacer hermosos brazaletes**, collares, etc. Con cuentas y mostacillas de todo tipo de colores y tamaños.
- **Telar indio o chaquira:** Su **base de madera agujereada por donde se introducen clavijas** le da al tejido un entramado especial. Las clavijas pueden ponerse de diferentes maneras, según el tipo de trama que la persona en cuestión quiera obtener. Los materiales para la confección varían pues no es necesario hilo o lana solamente, también puede ser metales, hilo transparente o elástico.
- **Telar profesional Barrí:** este tipo de telar permite la **confección de múltiples de tramas** por lo que da como resultado un diseño fino, prolijo y original.
- **Telar industrial:** Los telares industriales son utilizados para la **confección de tejidos a grandes escalas y consumo masivo**. Se encuentran en fábricas

especializadas y según el entramado es el tipo de telar que se utiliza. Por ejemplo: Los Jacquard y de Maquinilla, tejen telas con diseños complicados y se sirven de un cartón picado con el diseño a tejer.

El tipo de telar utilizado en San Sebastián es el *Telar con Pies*, que cuenta con pedales, por lo que también se le llama *Telar de Palanca*.

### 3.1.6 Telar de Palanca de San Sebastián

- Tipo de Operación: Manual
- Parte: sus partes más importantes son. Antepecho, carretes, lanzadera o cuña, caja, peine, cárcolas o pedales, aviadura, fíteres, bolillo, etc.
- El telar de palanca se utiliza para la elaboración de productos textiles, tales como: mantas, colchas, hamacas, telas para cortinas, cubrecamas, manteles, entre otros, dependiendo del tipo de telar en que se trabaje.

El insumo utilizado es hilo, para dos propósitos, lo que compone la urdimbre y lo que se destina a la trama.

- Estructura: construido de madera.

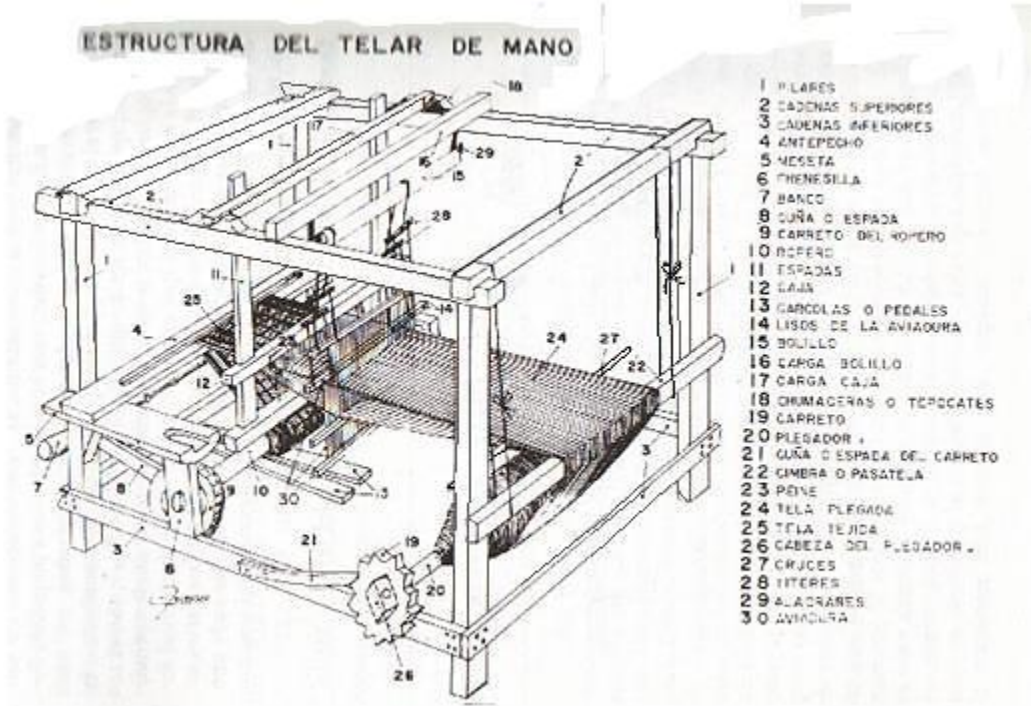


Ilustración 3 Telar idealizado de Palanca utilizado en San Sebastián

### 3.1.7 Clasificación de los productos textiles

Los productos textiles pueden clasificarse en dos grupos<sup>4</sup>:

- A. Los filiformes: Hilos, cuerdas y fibras. Estos constituyen la materia prima para la realización de los productos del segundo tipo.
- B. Los laminiformes: Telas, mechas, cintas etc. Estos se dividen en:
  - 1. No tejidos (Fibras conglomeradas en capas)
  - 2. Tejido plano o a lanzadera.
  - 3. Tejido de punto
  - 4. Tejidos que comprenden estructuras que difieren con los anteriores (tul, encajes, red, puntillas, crochet etc.).
  - 5. Tejidos de alfombras a mano y otros. Esta clasificación corresponde a los diferentes métodos de fabricación y generación del textil.

Los productos elaborados en los telares de San Sebastián son tejidos (Laminiformes), del tipo Tejido plano o a lanzadera, por la estructura que posee y su forma de elaboración.

#### Tejido plano

Se llama así a aquellos tejidos que poseen en su estructura dos series de hilos, una longitudinal URDIMBRE y otra transversal llama TRAMA. Ambas series de hilos se entrecruzan en un ángulo de 90° formando el tejido. Las unidades de URDIMBRE son llamadas hilos y están ubicadas longitudinalmente y las de TRAMA pasadas ubicadas horizontalmente y la forma en que estas unidades se enlazan se denomina ligamento.

---

<sup>4</sup> Universidad de Buenos Aires, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. Clasificación de los tejidos.

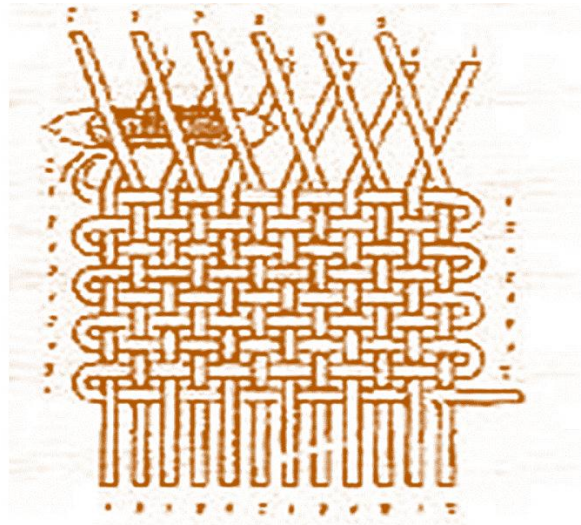


Ilustración 4 Tejido plano

### 3.1.8 Servicio

Con origen en el término latino *servitium*, la palabra servicio define a la actividad y consecuencia de servir (un verbo que se emplea para dar nombre a la condición de alguien que está a disposición de otro para hacer lo que éste exige u ordena).

Un Servicio son un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos.

A nivel económico y en el ámbito del marketing, se suele entender por servicio a un cúmulo de tareas desarrolladas por una compañía para satisfacer las exigencias de sus clientes. De este modo, el servicio podría presentarse como un bien de carácter no material. Por lo tanto, quienes ofrecen servicios no acostumbran hacer uso de un gran número de materias primas y poseen escasas restricciones físicas. Asimismo, hay que resaltar que su valor más importante es la experiencia. Por otra parte, es necesario destacar que quienes proveen servicios integran el denominado sector terciario de la escala industrial.

Entre las particularidades intrínsecas a un servicio que permiten diferenciar a este frente a un producto se pueden citar los siguientes:

Características	Descripción
<b>Intangibilidad</b>	un servicio no puede ser visto, sentido, oído ni escuchado antes de adquirirlo
<b>Heterogeneidad</b>	Dos o más servicios pueden resultar parecidos, pero nunca serán idénticos ni iguales
<b>Perecibilidad</b>	un servicio no puede ser almacenado
<b>Inseparabilidad</b>	la producción y el consumo se desarrollan de forma parcial o completamente paralelos
<b>Ausencia de propiedad</b>	quienes contratan un servicio consiguen el derecho a recibir una prestación, uso, acceso o arriendo de una cosa, pero no se vuelven propietarios de él

Tabla 4 Características de un servicio

### 3.1.9 Tipos de Servicio

**Servicios Públicos:** El primer tipo es aquel que se caracteriza porque engloba a una serie de actividades que son realizadas por profesionales que se encuentran trabajando para lo que es la Administración Pública de una ciudad, región o país. Conjunto de acciones que tienen como objetivo satisfacer necesidades básicas y fundamentales del ciudadano como pueden ser la educación, la sanidad o el transporte.

**Servicios Privados:** Se caracteriza porque define a las actuaciones que son realizadas por profesionales que dependen de empresas e industrias particulares y privadas. En este caso concreto, por tanto, el ciudadano más que como tal ejerce como cliente o consumidor de aquellas.

### 3.1.10 Producto

#### Definición

Se conoce como producto a aquello que ha sido fabricado (es decir, producido). El marketing establece que un producto es un objeto que se ofrece en un mercado con la intención de satisfacer aquello que necesita o que desea un consumidor. En este sentido, el producto trasciende su propia condición física e incluye lo que el

consumidor percibe en el momento de la compra (atributos simbólicos, psicológicos, etc.). El producto no material, por su parte, se denomina servicio. Por ejemplo: una computadora (ordenador) y un módem son productos; la conexión a Internet es un servicio.

Los productos tienen un ciclo de vida. Cuando son lanzados al mercado, las empresas deben realizar grandes inversiones en publicidad para que la gente conozca el producto. Cuando éste alcanza el éxito, experimenta una fase de crecimiento. Después llega la etapa de madurez (la mayoría de los consumidores potenciales ya han comprado el producto) y, finalmente, la decadencia (la demanda se reduce al mínimo).

Los productos pueden clasificarse en tres grupos diferentes, teniendo en cuenta su durabilidad y tangibilidad:

**Bienes no duraderos:** son productos tangibles que se consumen con el uso (bebidas, jabón, sal, etc.);

**Bienes duraderos:** son bienes tangibles que suelen sobrevivir al uso. Los ejemplos incluyen refrigeradores, maquinas herramientas y ropa.

**Bienes de consumo:** aquéllos que compran los consumidores finales para consumo propio.

**Bienes básicos:** productos que los consumidores compran regularmente;

**Bienes industriales:** los que se compran para ser utilizados en el manejo de una empresa. La diferencia entre éstos y los bienes de consumo radica en la finalidad por la se adquiere cada uno; por eso, un mismo producto puede convertirse en un bien industrial o de consumo: una freidora que se adquiere para uso familiar es un bien de uso, aunque si se la compra para utilizar en un restaurante se convierte en un bien industrial.

### 3.1.11 Batanecos

Es la unión de dos palabras "batán" y "ecos". El batán era la única tela que se elaboraba en el lugar y, ecos, es el sonido que produce el telar cuando se trabaja

en él, al deslizarse una lanza de madera que de izquierda a derecha golpea constantemente los extremos de dicho artefacto manual.

### **3.1.12 Diseño**

Se define como el proceso previo de configuración mental, "prefiguración", en la búsqueda de una solución en cualquier campo. Se aplica habitualmente en el contexto de la industria, ingeniería, arquitectura, comunicación y otras disciplinas que requieren creatividad. El diseño involucra variadas dimensiones que van más allá del aspecto, la forma y el color, abarcando también la función de un objeto y su interacción con el usuario. Durante el proceso se debe tener en cuenta además la funcionalidad, la operatividad, la eficiencia y la vida útil del objeto del diseño.

### **3.1.13 Capacitación**

"Es un proceso educativo a corto plazo, aplicado de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos. El entrenamiento implica la transmisión de conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, ya sea compleja o sencilla, implica necesariamente estos tres aspectos." (Idalberto Chiavenato).

### **3.1.14 Habilidades**

Radican en la destreza para realizar una tarea u operación, ya sea física o intelectual, dentro de ciertos o determinados estándares de eficiencia (tiempo, calidad, frecuencia) y con el mínimo de recursos necesarios.

Las habilidades pueden aprenderse y perfeccionarse, pero no pueden transmitirse como suceden con los conocimientos: cada persona las aprende según sus propios modelos mentales, los cuales están marcados por sus propios esquemas de percepción, discernimiento, juicio y según su propio ritmo y velocidad.

Las habilidades pueden perfeccionarse con el entrenamiento.



### **3.1.15 Conocimientos**

Constituyen todas aquellas ideas, técnicas, principios, métodos, sistemas, emanadas de la experiencia directa y comprobados como ciertos y funcionales, y que constituyen generalmente los contenidos que se transmiten (cursos, libros, videos, etc.) de unas personas a otras, de generación en generación.

### **3.1.16 Actitudes**

Las actitudes son criterios intuitivos de juicio que sirven a las personas para valorar o evaluar las situaciones de la misma manera que los hábitos repiten respuestas sin intervención del afecto consciente de la persona. Son los llamados marcos de referencia, de origen preponderantemente emocional, a través de los cuales juzgamos la realidad y condicionamos nuestra conducta. Son predisposiciones para actuar. Las actitudes, entonces, constituyen el conjunto de ideas, valores y creencias que garantizan y dan seguridad a una persona.

### **3.1.17 Tecnificación**

Dotación de recursos técnicos a una actividad determinada para mejorarla o modernizarla mediante un proceso de perfeccionamiento y desarrollo en el ámbito laboral. Podríamos decir que es el proceso que sirve de nexo entre las habilidades básicas que posee una persona y un alto grado de perfeccionamiento con lo cual hablamos de un proceso muy amplio.

### **3.1.18 Escuela Taller**

Las escuelas taller, casas de oficios y talleres de empleo cumplen un objetivo común: insertar a la población beneficiaria en el sector productivo. Además, de capacitar para un oficio de utilidad pública o de interés social.

Las encargadas de ofertar este tipo de formación son entidades locales, asociaciones, consorcios o fundaciones.

El tipo de oficios que se pueden aprender están relacionados con la recuperación del patrimonio de una ciudad, una localidad o una región, ya sea histórico, cultural

o natural. También los vinculados a mejorar la vida de los ciudadanos o a la rehabilitación de entornos urbanos o medioambientales.

#### **3.1.19 Taller**

El término de Taller se designa a aquel espacio en el cual se realiza un trabajo manual o de tipo artesanal, es también un lugar donde se venden sus productos artesanales. En la fachada del taller suele haber un símbolo visible de los productos que fabrican para anunciar a los posibles clientes sus productos.

#### **3.1.20 Escuela**

Tomando el vocablo escuela como institución, donde se imparten conocimientos de forma organizada, progresiva y sistemática a un grupo determinado de personas o individuos sobre las diferentes técnicas que conlleve a la formación de artesanos textiles.

#### **3.1.21 Producto textil artesanal de San Sebastián**

Son objetos artísticos de significación cultural en los que se utilizan fibras de origen vegetal, animal o sintético para su construcción, realizados con máquinas movidas con energía básicamente humana, en forma individual por un artesano o colectiva por una unidad productora de artesanías, estos objetos son prácticos o decorativos.

### **3.2 Marco Contextual**

#### **3.2.1 Evolución de los Telares Manuales**

Aunque no se sabe a ciencia cierta donde y cuando se inventó el telar, existen vestigios que lo colocan en tiempos prehistóricos. Se cree que el primer telar debió ser tan simple como una rama de árbol moviéndose de manera más o menos paralela al suelo formando tejidos más bien toscos. "En telares primitivos los hilos de urdimbre (longitudinales) debían mantenerse rígidos de manera horizontal, posteriormente se remplazó la rama de árbol por una estructura fija de madera (modificada para ese fin en específico) que permitía trabajar en forma vertical, tal como lo demuestran pinturas pertenecientes a la antigua Grecia; por otra parte se

cree que los egipcios fueron los primeros en utilizar una lanzadera para sostener y manipular la trama en telas que datan de más de 6000 años" (Interface, 2007). Se ha encontrado, que civilizaciones separadas geográfica y temporalmente basaron su producción textil en el mismo principio, particularizándose de acuerdo a las necesidades y materias primas propias de la región.

El siguiente paso en la evolución tecnológica fue el denominado telar de cintura, cuyo uso, en la actualidad, continúa en nuestro país por algunos pueblos indígenas. La estructura es de forma rectangular o cuadrangular; los hilos de urdimbre se mantienen tensos al fijar uno de los soportes a una estructura vertical y el otro a una cinta que se ajusta alrededor de las caderas del tejedor, el cual se arrodilla o se sienta para realizar el trabajo. Los hilos de trama (transversales) se insertan por encima y por debajo ayudándose con los dedos y, más tarde dentro del desarrollo histórico, con la ayuda de una lanzadera que se hace pasar a través de los hilos de urdimbre que se han levantado. Para separar los hilos de urdimbre y hacer más rápido el tejido, se fijaron barras de madera que podían elevarse separando así la mitad de los hilos. Para apretar los hilos de trama que se pasan y se cortan, se utiliza un peine, similar al usado para el cabello. Posteriormente, con la especialización del trabajo y la necesidad imperante de aumentar la producción, el mecanismo de barras de madera fue transformado en mallas y lizos, que se fijaron a pedales de manera que el tejedor podía separar la urdimbre con los pies dejando libres las manos para poder insertar los hilos de la trama (Hollen, 1999:176). Este tipo de cambios, que requirieron una estructura con mayor estabilidad, dieron lugar a los telares de piso.

Durante mucho tiempo el tejido fue realizado bajo un sistema de producción autosuficiente utilizando telares de cintura operados por dos personas. Sin embargo, el aumento poblacional demandaba mayor producción, surgiendo así los primeros talleres textiles. A principios del siglo XVIII en Inglaterra, comienzan a darse los primeros intentos de mejora tecnológica, pues fue en este país donde los avances en la agricultura habían permitido elevar sustancialmente la producción de fibras como el algodón, lo cual incentivó la optimización del proceso de tejido.

La necesidad de dichos cambios también se vio impulsada alrededor del año 1700, cuando los textiles importados de la India empiezan a reemplazar a los europeos en los mercados internacionales, debido a su alta calidad y bajo costo. Los objetivos de los productores ingleses fueron entonces incrementar la producción y reducir los costos a través de la sustitución de procesos manuales por operaciones mecánicas más efectivas. Es por ello que muchas innovaciones tecnológicas tuvieron lugar en este período e influyeron enormemente a otras ramas de la industria.

En 1733 el inglés John Key patentó la lanzadera volante (flying shuttle) que consistía en un mecanismo de palancas que empujaba la lanzadera a través de una guía, esto permitía que la trama pudiese ser manejada por un solo trabajador que limitaba sus movimientos sólo al acomodo de ésta, incrementado con ello la velocidad del tejido. El aumento de la producción supuso una mayor demanda de materias primas, lo cual impulsó el mejoramiento de las máquinas hiladoras. Cuando éstas lograron avances significativos –los hilos eran producidos con mayor rapidez de lo que podían ser tejidos- presionaron a su vez la optimización de los telares, manteniendo un proceso constante de innovación tecnológica. Este ciclo de mejoramiento marcó el inicio de la Revolución Industrial.

### **3.2.2 Los Telares en San Sebastián**

Antes de la llegada de los españoles, en San Sebastián, la industria textil era de tipo manual (básicamente utilizaban el telar de mano), con la llegada de los españoles se introdujo el telar de palanca.

Primeramente, fue introducido el telar de palanca, el cual se ejecutaba arrojando la lanzadera, de un lado a otro, con las manos. Ya a mediados del siglo XIX, este sistema fue modificado con la introducción de la “garrucha”. Este dispositivo servía para impulsar la lanzadera de un lado a otro.

En las primeras décadas del siglo XX el telar fue modificado en su estructura y se fue haciendo más complejo. Una de estas innovaciones fue la maquinilla. Esta nueva invención llegó a San Sebastián en 1952, cuando la Organización Internacional del

Trabajo (OIT) envió a un equipo de técnicos con la misión de mejorar la calidad del producto y las condiciones de trabajo de los artesanos. La primera maquinilla se instaló en la casa propiedad del Gregorio Dueñas, sobre la calle Andrés Molins y la avenida 14 de Julio norte.

El mexicano Miguel Márquez y el francés Antonio Barou fueron los encargados de la introducción, instalación e instrucción de la maquinilla a la población de artesanos de San Sebastián. Márquez era quién directamente elaboraba los diseños y los ponía en la banda giratoria que se fabricaba de madera con pequeños trozos adheridos a una de sus superficies planas. Barou, se encargaba de la parte administrativa. La primera máquina que se introdujo era únicamente de ocho ganchos lisos; es decir, cada gancho equivalía a una aguja. Sin embargo, gracias al ingenio del innovador, Bataneco, don Alberto Argueta, esta rudimentaria maquinilla de 8 ganchos se convirtió en una compleja máquina de 32 ganchos, aumentando así la capacidad de combinaciones, el nivel de complejidad y de la riqueza de los diseños.

### **3.2.3 Auge del Patrimonio**

La época de gloria de las artesanías textiles del municipio se define entre los 30's 40's y 70's, ya que en esas décadas el comercio con Nicaragua y Honduras era muy fluido y exitoso. Fue en este tiempo que se amasaron pequeñas fortunas derivadas de la producción y comercio de las colchas, el más importante producto de exportación en el momento. La ciudad era próspera, había trabajo para todos y en todas partes; hasta para los niños.

Fue a partir de ese entonces que con todas las actividades lucrativas que generaba la industria textil bataneca, como la venta de materia prima, la comercialización de productos, la producción, el diseño de productos, la preparación de los trabajos, la fabricación de máquinas (como telares, tornos, trascañaderas, urdidores, etc.); que muchos batanecos/as se fueron a estudiar, a profesionalizarse, a prepararse; incluso hasta en el extranjero.

### 3.2.4 Productos textiles artesanales elaborados con Telares en San Sebastián.

Producto	Descripción	Descripción Grafica
<b>Hamaca</b>	Es un objeto usado para dormir o descansar se fija a dos puntos firmes.	
<b>Manteles</b>	Pieza de tela, con que se cubre la mesa para comer.	
<b>Bufanda</b>	Prenda de vestir que consiste en una tira larga y ancha de tela que se lleva alrededor del cuello, a veces tapando la boca, como abrigo o adorno.	
<b>Colcha</b>	Prenda textil de abrigo usada para proteger del frío, y en especial para arroparse mientras se duerme. Por lo general se fabrican con forma alargada y rectangular.	

<b>Cubrecama</b>	Prenda textil más o menos gruesa que cubre las sábanas y mantas de una cama y sirve de adorno y de abrigo.	
<b>Columpio</b>	Aparato de entretenimiento formado por un asiento suspendido por dos cuerdas o de una armazón de madera, en el que una persona puede balancearse.	
<b>Centros de Mesa</b>	Un centro de mesa es un elemento decorativo que se coloca en el centro de las mesas que se han dispuesto para comer. El objeto de los centros de mesa es mejorar la estética de la mesa en combinación con el resto de los elementos que las componen.	



<b>Bolso</b>	Prenda textil provista de cierre y frecuentemente de asa o correa, usado sobre todo por las mujeres para llevar dinero, documentos, objetos de uso personal, etc.	
<b>Tela de Manta</b>	Tejido hecho con fibras textiles, fabricado en un telar, se utiliza para confeccionar ropa, hacer labores, forrar diversos objetos, etc.	

Tabla 5 Ejemplos de productos textiles artesanales elaborados con un telar de palanca.

### 3.2.5 Equipo Utilizado en el oficio artesano textil

<b>Equipo y herramientas</b>	<b>Descripción</b>	<b>Ilustración</b>
<b>Telar de palanca</b>	Estructura elaborada con madera, que consta de una serie de palos que se ensamblan, los cuales con la ayuda de máquinas simples como poleas y palancas aceleran el proceso de tejido de lienzos. Para su funcionamiento es necesaria la coordinación de extremidades superiores e inferiores. Los pies manejan la urdimbre, al pisar los pedales generan que un lizo baje y otra suba, al hacer esta operación se	



	<p>forman las caladas (separación de hilos de urdimbre) y en ellas se pasan los hilos de trama mediante operaciones manuales, generando así el tejido. Pueden ser de dos, cuatro y seis pedales. (Dirección de Publicaciones e Impresos (2001))</p>	
<b>Urdidor</b>	<p>Un urdidor es necesario para conseguir una disposición correcta de los hilos, o urdimbre, para montarlos en el telar</p>	
<b>Torno</b>	<p>Es un instrumento para hilar manualmente fibras textiles. Es herramienta donde se enrolla la rama de fibra que se quiere hilar, que incorpora una rueda, una manivela y una devanadera pequeña o soporte giratorio fijo en el cual se coloca un tubo de pvc que facilita su utilización.</p>	
<b>Trascañadera</b>	<p>Herramienta donde se ubican las cañas con hilo, para preparar la urdimbre en urdidores grandes.</p>	


<b>Máquina de coser</b>	Utilizada para coser tela y otros materiales con hil	
-------------------------	--	---

Tabla 6 Equipo y herramientas utilizadas en el oficio artesano textil, Fuente: elaboración propia

### **3.2.6 Industria textil en El Salvador**

El sector textil y confección generó 194.72 millones de dólares del Producto Interno Bruto (PIB) del país en el año 2016. La composición de las ramas de actividad de Textiles y artículos confeccionados de materiales textiles, y Prendas de vestir son de 146.97 millones y 47.75 millones de dólares, respectivamente.

#### ***3.2.6.1 Estadísticas del sector textil en El Salvador al PIB en el periodo comprendido entre los años 2012-2016.***

Datos presentados a continuación se dan en millones de dólares, y representan la composición del PIB a precios constantes de 1990.

Producto Interno Bruto a precios constantes de 1990 porcentajes										
	2012		2013		2014		2015		2016	
	Millones de \$	%	Millones de \$	%	Millones de \$	%	Millones de \$	%	Millones de \$	%
Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca	1.176,22	12,44	1.170,98	12,16	1.186,40	12,15	1.165,48	11,67	1.218,67	11,92
Explotación de minas y Canteras	26,68	0,28	27,02	0,28	26,6	0,27	27,21	0,27	27,7	0,27
Industria Manufacturera	2.150,23	22,75	2.216,97	23,03	2.251,73	23,06	2.336,54	23,39	2.382,41	23,3
Electricidad, Gas y Agua	62,72	0,66	63,36	0,66	64,83	0,66	65,02	0,65	64,42	0,63
Construcción	281,85	2,98	281,66	2,93	251,56	2,58	255,92	2,56	261,75	2,56
Comercio, Restaurantes y Hoteles	1.904,26	20,15	1.932,09	20,07	1.977,77	20,26	2.040,10	20,43	2086,2	20,4
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones	903,66	9,56	919,89	9,56	927,73	9,5	959,99	9,61	970,21	9,49
Establecimientos Financieros y Seguros	336,55	3,56	351,70	3,65	363,66	3,72	367,29	3,68	374,64	3,66
Bienes Inmuebles y Servicios Prestados a las empresas	327,21	3,46	337,87	3,51	349,83	5,38	362,81	3,63	378,41	3,7
Alquileres de Vivienda	736,49	7,79	742,46	7,71	748,88	7,67	755,79	7,57	762,76	7,46
Servicios Comunes, Sociales, Personales y Domésticos	467,49	4,95	481,26	5	498,87	5,11	516,61	5,17	533,75	5,22
Servicios del Gobierno	490,71	5,19	506,90	5,27	516,02	5,29	517,05	5,18	531,01	5,19
Menos: Servicios Bancarios Imputados	266,76	2,82	276,10	2,87	283,00	2,9	284,84	2,85	291,96	2,86
Más: Derechos sobre Importaciones e Impuestos al Valor Agregado	854,42	9,04	870,20	9,04	882,61	9,04	902,94	9,04	924,31	9,04
<b>Producto interno bruto</b>	<b>9.451,73</b>	<b>100,00</b>	<b>9.626,26</b>	<b>100,00</b>	<b>9.763,49</b>	<b>100,00</b>	<b>9.987,91</b>	<b>100,00</b>	<b>10.224,28</b>	<b>100,00</b>

Tabla 7 Composición del PIB a precio constante de 1990 por sector  
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Revista Trimestral Julio-septiembre 2017 BCR

En la siguiente tabla se presenta la contribución al PIB de las ramas de la actividad textil de la Industria Manufacturera:

<div> <div>Año</div> <div>Rama de Actividad</div> </div>	2012		2013		2014		2015		2016	
	Millones de \$	%	Millones de \$	%	Millones de \$	%	Millones de \$	%	Millones de \$	%
Textiles y artículos confeccionados de materiales textiles (excepto prendas de vestir).	125,31	1,33%	130,14	1,35%	142,23	1,46%	146,38	1,47%	146,97	1,44%
Prendas de Vestir	40,39	0,43%	42,41	0,44%	45,84	0,47%	47,04	0,47%	47,75	0,47%

Tabla 8 Aporte del Sector textil y Confección al PIB en el periodo 2012-2016

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la Revista Trimestral julio-septiembre 2017 BCR Banco Central de Reserva (BCR), año de publicación de los datos 2017.

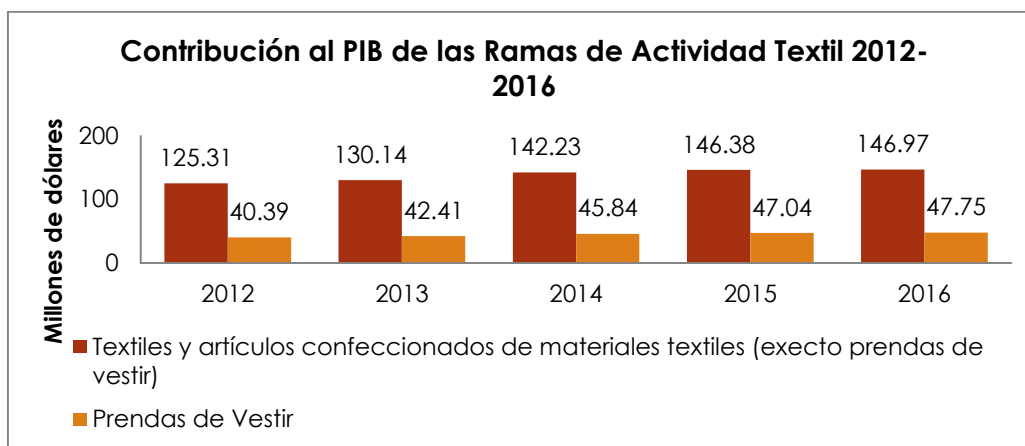


Ilustración 5 Contribución al PIB de las Ramas de Actividad Textil en el periodo 2012-2016.  
Fuente: BCR año de publicación de los datos 2017.

### **3.2.6.2 Composición de las Exportaciones (FOB) de El Salvador, según SAC con respecto a: Materias Textiles y sus Manufacturas.**

Los datos de exportaciones presentados a continuación se dan en miles de dólares.

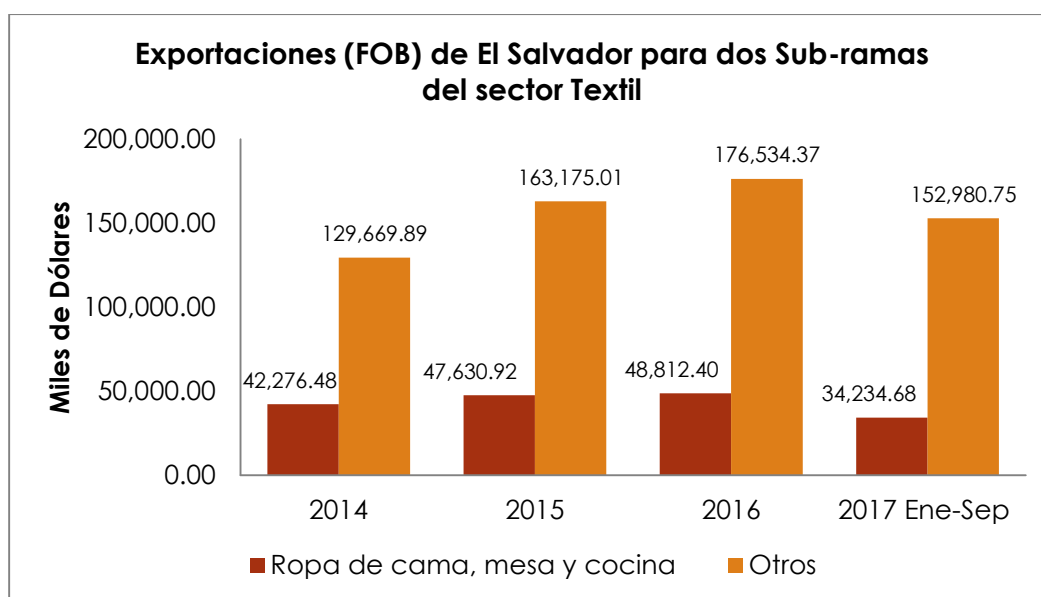
Rama de Actividad: Materias Textiles y sus Manufacturas	Enero – Septiembre 2017
Algodón sin cardar, cardado y desperdicio	2,558.68
Hilados de algodón	38,304.91
Tejidos (planos) de algodón, incluso mezclados	2,091.93
Hilos e Hilados de filamentos o fibras sintéticas o artificiales	45,160.70
Tejidos (planos) sintéticos y artificiales	24,701.02
Prendas exteriores de vestir	423,036.19
Ropa interior y complementos de vestir	585,369.92
Ropa de cama, mesa y cocina	34,234.68
Otros	152,980.75
<b>Total, de Materias Textiles y sus Manufacturas</b>	<b>1,308,438.77</b>

Tabla 9 Composición de las Exportaciones (FOB) de El Salvador, según SAC con respecto a: Materias Textiles y sus Manufacturas.

Fuente: Banco Central de Reserva (BCR), año de publicación de los datos 2017.

### **3.2.6.3Exportaciones (FOB) de El Salvador para dos Sub-ramas del sector Textil**

En la siguiente grafica se presentan datos estadísticos de exportaciones comprendidos desde el 2014 hasta septiembre de 2017 en las dos Sub-ramas de actividad: Ropa de cama, mesa y cocina y Otros correspondientes al sector Materias Textiles y sus Manufacturas dentro de la Industria Manufacturera, se presentan datos de las Sub-ramas de actividad antes mencionadas pues en ella se incluyen productos elaborados en telares artesanales como lo son hamacas y manteles.



**Ilustración 6 Exportaciones (FOB) de El Salvador en las Sub-ramas del Sector Textil: Ropa de cama, mesa y cocina; Otros.**

**Fuente:** Banco Central de Reserva (BCR), año de publicación de los datos 2017.

### **3.2.6.4Industria en el departamento de San Vicente**

En el departamento de San Vicente las Unidades Económicas manufactureras y personal ocupado según división por actividad son las siguientes:

DIVISIÓN	UNIDADES ECONÓMICAS	Personal Ocupado	Personal Ocupado %
TOTAL	276	884	100.00%
10-ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS	169	394	44.57%
11- ELABORACIÓN DE BEBIDAS	7	11	1.24%
13- FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	9	50	5.66%
14-FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR	31	275	31.11%
15-FABRICACIÓN DE CUEROS Y PRODUCTOS CONEXOS	1	1	0.11%
18-IMPRESIÓN Y REPRODUCCIÓN DE GRABACIONES	4	7	0.79%
23-FABRICACIÓN DE PRODUCTOS MINERALES NO METÁLICOS	3	6	0.68%
25-FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DERIVADOS DE METAL, EXCEPTO MAQUINARIA Y EQUIPO	24	68	7.69%
29-FABRICACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES, REMOLQUES Y SEMIRREMOLQUES	1	3	0.34%
31-FABRICACIÓN DE MUEBLES	15	41	4.64%
32-OTRAS INDUSTRIAS MANUFACTURERAS	6	12	1.36%
33-REPARACIÓN E INSTALACIÓN DE MAQUINARIA Y EQUIPO	6	16	1.81%

**Tabla 10 Directorio de Unidades Económicas 2011-2012.**

**Fuente: MINEC-DIGESTYC**

Según la dirección General de Estadísticas y Censos "Directorio de Unidades Económicas", la fabricación de productos textiles representaba el 5.66% del personal ocupado, siendo un porcentaje bajo dentro en el departamento de San Vicente.



### **3.2.7 Sector Artesanal Textil en El Salvador**

En El Salvador se produce una gran variedad de artesanías textiles. La característica distintiva de ellas es que poseen un amplio colorido. Por su calidad y riqueza, estos textiles también se utilizan de manera decorativa.

Los principales productos son: hamacas, manteles, alfombras, centros de mesa, colchas, cubrecamas, cortinas, chales, entre otros. Otra característica especial de estos productos es que los micro/pequeños empresarios que las producen continúan tejiendo a mano o utilizando técnicas antiguas como los telares de cintura o palanca (pedal).

Los productores de artesanías textiles están ubicados en San Sebastián, San Vicente, Panchimalco, Santa Tecla, Santiago Texacuangos y Concepción Quezaltepeque, principalmente.

Por su naturaleza única, los textiles elaborados en El Salvador y particularmente en San Sebastián son muy apreciados y valorados en el extranjero, por lo que existen grandes oportunidades para que los productores se organicen y aprovechen las ventanas que se abren en el comercio exterior.

### **3.2.8 Flujos comerciales de textiles artesanales – El Salvador<sup>5</sup>**

Las exportaciones de textiles artesanales de El Salvador representan uno de los rubros más importantes de exportación ya que no solamente son exportados por grandes empresas, sino que también por MIPYMES.

Durante los últimos cinco años, El Salvador ha exportado entre \$42 millones y \$67 millones al mundo, siendo el año 2013 en que mayores exportaciones se registraron. En cuanto a los destinos de exportación, los principales socios son Estados Unidos (65%), Nicaragua (10%), Costa Rica (9%), Guatemala (7%), Honduras (4%), y el

---

<sup>5</sup> Fuente: Sistema de estadísticas Trade Map, año de publicación 2014.

restante 6% entre el resto de países. Los países de la Unión Europea a los que El Salvador exporta estos tipos de producto son Francia (\$403k), España (\$80k) e Italia (\$2k).



Ilustración 7 Exportaciones de textiles artesanales - en miles de US\$, periodo 2009-2013.  
Fuente: Ficha 14/UE Textiles y Confección Artesanales del Ministerio de Economía (MINEC).

En cuanto a la generación de empleos el sector textil artesanal según CONAMYPE El Salvador posee 163<sup>6</sup> Artesanos, que trabajan textiles o que trabajan con telares artesanales.

### 3.2.9 Ubicación Geográfica

El proyecto DISEÑO DE UNA ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE como su nombre lo indica se desarrollará en el Municipio de San Sebastián departamento de San Vicente.

---

<sup>6</sup> Fuente: CONAMYPE, datos proporcionados en 2018.

Asociación de Municipios a la que Pertenece San Sebastián: Microrregión del Valle del Jiboa.

Asociación/ Microrregión	Presidente	Municipios que la Integran	Persona de Contacto	Teléfono Correo Electrónico
<b>Asociación Intermunicipal del Valle de Jiboa (MIJIBOA)</b>	José Antonio Hernández (alcalde de Verapaz)	1. Jerusalén 2. Mercedes La Ceiba 3. Apastepeque 4. Guadalupe 5. San Cayetano Istepeque 6. Santa Clara 7. Santo Domingo 8. San Esteban Catarina 9. San Ildefonso 10. San Lorenzo 11. San Sebastián 12. Tepetitán 13. Verapaz 14. San Vicente	María del Carmen González de Samayoa	<a href="mailto:mariadelcarmengs@yahoo.com">mariadelcarmengs@yahoo.com</a>

Tabla 11 Asociaciones de Municipios o Microrregiones a la que Pertenece el Municipio de San Sebastián. Fuente: Sistema de Información de la Gestión Municipal (SIGMuni)

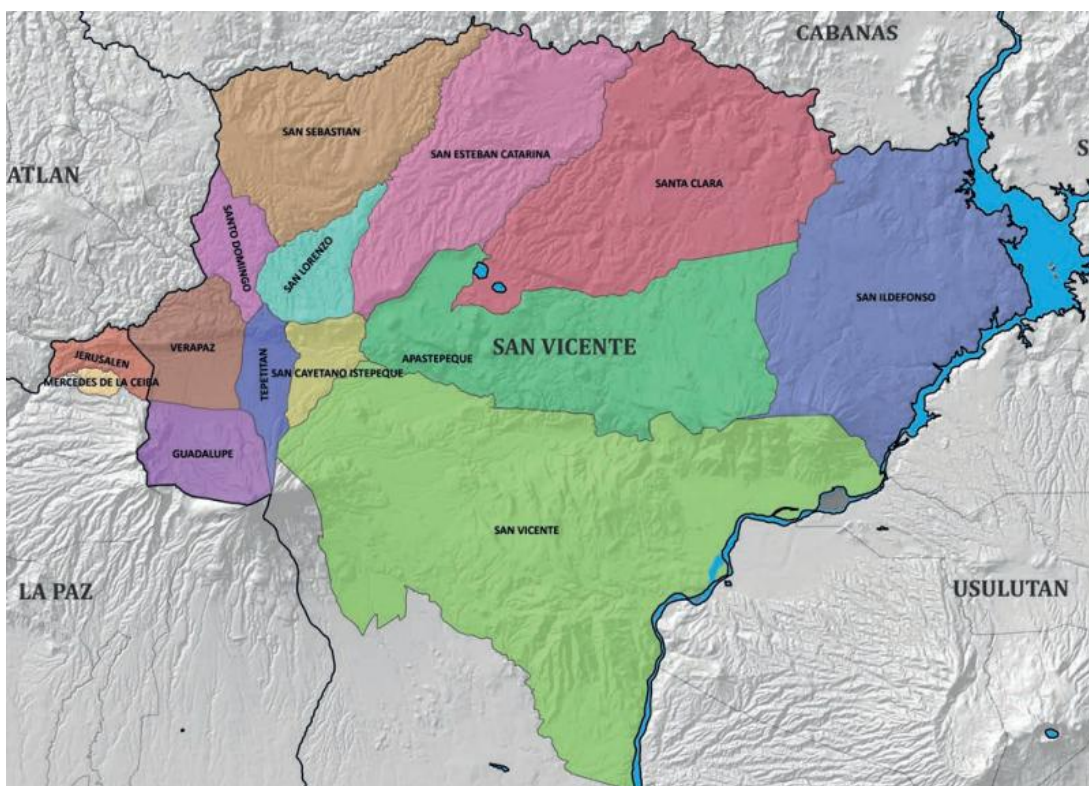


Ilustración 8 Micro Región del Valle del Jiboa

Fuente: Fundación Nacional para el Desarrollo, FUNDE, ed. (2015) Valle del Jiboa: tierra de cultura, arte y tradición. La Fundación y la Asociación Intermunicipal del Valle del Jiboa, San Salvador, El Salvador

### 3.2.10 Indicadores Sociales de la Micro Región del Valle del Jiboa

<b>POBREZA TOTAL</b>	<b>Un 61.85% de la población se ve afectada por la pobreza.</b>
<b>POBREZA EXTREMA:</b>	La tasa promedio de pobreza extrema en el Valle del Jiboa es del 29.56%; siendo los municipios de San Esteban Catarina y Santa Clara, donde la pobreza alcanza niveles extremos; mientras que, en los municipios de Apastepeque, San Lorenzo, San Ildefonso y Verapaz, el nivel de pobreza es alto.

<b>IDH</b>	El Índice de Desarrollo Humano promedia el 0.6826 en todo el territorio.
<b>ESCOLARIDAD</b>	La escolaridad promedio en el área urbana es de 5.96 años; mientras que en el área rural es de 4.46 años.
<b>ANALFABETISMO</b>	En el área urbana el analfabetismo alcanza el 17.13% y en el área rural es del 25.22%.
<b>USO DE LEÑA</b>	En el área urbana el 34.14% de los hogares cocinan con leña; mientras que en el área rural lo hacen el 68.54%.
<b>AGUA POTABLE</b>	En el área urbana el 73.34% de los hogares tienen acceso al agua potable y en el área rural el 54.80%.
<b>SANEAMIENTO</b>	En el área urbana sólo el 17.66% de los hogares tienen acceso a saneamiento por alcantarillado y en el área rural únicamente el 1.78% tienen este servicio.
<b>ENERGÍA ELÉCTRICA:</b>	En el área urbana el 91.55% de los hogares tienen acceso a la energía eléctrica, mientras que en el área rural el 81.48% cuentan con el servicio.

Tabla 12 Indicadores Sociales de la Micro Región del Valle del Jiboa.

Fuente: Lineamientos para una estrategia de desarrollo integral y atención de la vulnerabilidad en el valle del Jiboa – El Salvador. Fundación Nacional para el Desarrollo, San Salvador, El Salvador, 2015

### 3.2.11 Información de San Sebastián

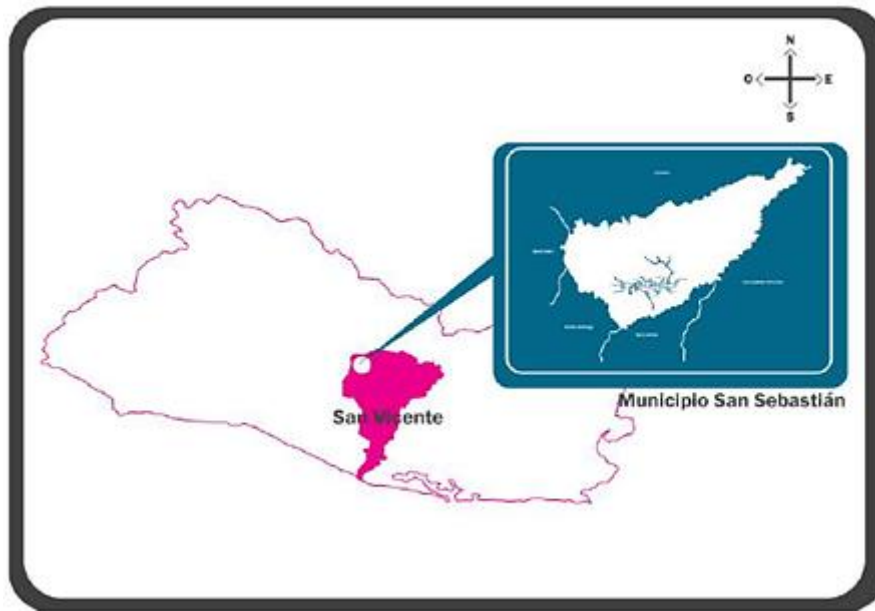


Ilustración 7 Ubicación de San Sebastián en el departamento de San Vicente.  
Fuente: Elaborado por Guzman Mercedes (2011)

San Sebastián, es uno de los 13 municipios que forma parte del Departamento de San Vicente, el cual se encuentra ubicado al noroeste del departamento, San Sebastián posee una población de 16,133 habitantes, se encuentra a una altitud de 664 metros sobre el nivel del mar, su clima es cálido y pertenece al tipo de tierra caliente. Sus puntos límites son: al Norte, con el Municipio de Ilobasco y San Isidro (departamento de Cabañas); al Sur, por los Municipios de San Lorenzo y Santo Domingo; al Este, por el Municipio de San Esteban Catarina y al Oeste Por el Municipio de San Rafael Cedros (departamento de Cuscatlán) y Santo Domingo.

San Sebastián, ciudad y cabecera del distrito de su mismo nombre, está localizado aproximadamente a 10 kilómetros al noroeste de la ciudad de San Vicente y a unos 50 kilómetros al este de San Salvador. En las coordenadas 13° 43' 24 38" Norte y 88° 49' 7.48" Oeste. Tiene una extensión de 61.83 km<sup>2</sup>, el área urbana es de 1.79 km<sup>2</sup> y se divide en los barrios El Tránsito, Guadalupe, San José y San Antonio; su zona rural es de 60.04 km<sup>2</sup>.

Es un pueblo pintoresco caracterizado por la elaboración de textiles como hamacas, manteles, colchas y cubrecamas. Las festividades en este municipio de El Salvador se celebran del 18 al 28 de enero en honor a su patrono, San Sebastián mártir.

### 3.2.11.1 División Política Territorial del Municipio

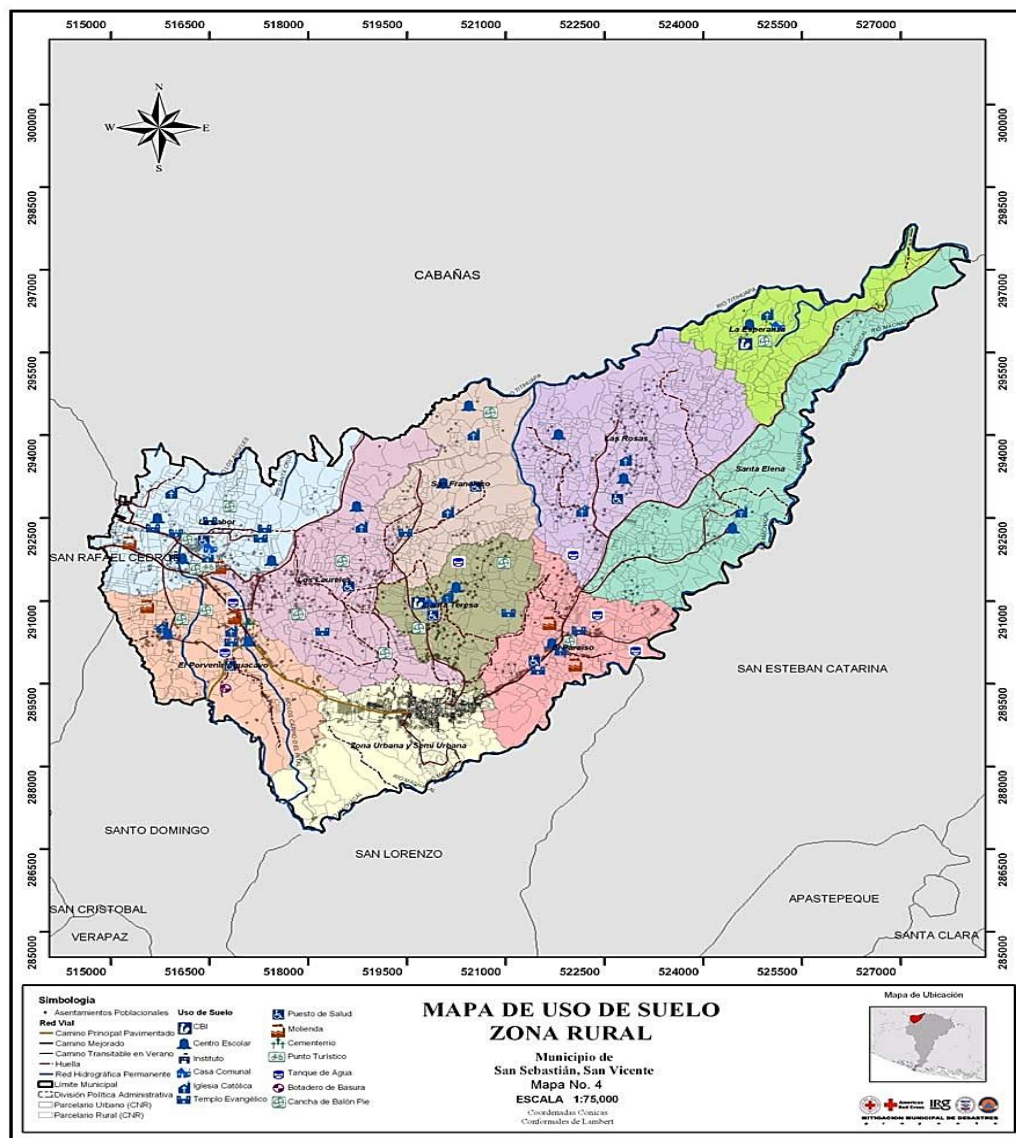


Ilustración 8 División política San Sebastián.

Fuente: El Salvador. Comité de Emergencia Municipal (COEM). Comisión de Mitigación San Sebastián; Cruz Roja Salvadoreña. San Sebastián, SV; 2004



La distribución política del municipio de San Sebastián es de 4 barrios oficiales y uno no oficial en la zona urbana mientras que en el área rural se divide en 9 cantones y 42 caseríos, todo lo anterior distribuido en una extensión de 61,83 km².

### Área Urbana

San Sebastián cuenta con 4 barrios oficiales y uno no oficial.

Barrios
- El Tránsito
- Guadalupe: parte de este se conoce como la cuche
- San José
- San Antonio: es el más largo desde colonia santa Eduvigis, colonia santa María, la cruz del padre, la comunidad a plazuela, pasando por la colonia Santa Fe (Desnuda), finalizando el caserío Los Castillos.
- El Rosario (La Pita): es parte del barrio San Antonio en la calle Valentín Arrieta Gallego.

Tabla 13 Distribución política territorial del municipio de San Sebastián en el área urbana.  
Fuente: El Salvador. Comité de Emergencia Municipal (COEM). Comisión de Mitigación San Sebastián; Cruz Roja Salvadoreña. San Sebastián, SV; 2004

### Área Rural

Cantones	Caseríos
<b>El Paraíso</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Centro</li> <li>- El Rincón</li> <li>- La Cotorra</li> <li>- Los Palacios</li> <li>- Los Meléndez</li> <li>- Los Hernández</li> </ul>
<b>El Porvenir Aguacayo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los Domínguez</li> <li>- El Nance</li> <li>- Buena Vista</li> <li>- El Pajal</li> <li>- El Centro</li> </ul>
<b>La Esperanza</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los Maradiagas</li> <li>- El Canelo</li> <li>- Las Vueltas</li> </ul>



<b>San José La Labor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Centro</li> <li>- María Auxiliadora</li> <li>- Los Lovos</li> <li>- Los Cornejos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cerro Los Molinas</li> <li>- Los Rivera</li> <li>- La Chacara</li> </ul>
<b>Las Rosas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Rincón</li> <li>- Las Joyas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Tablón</li> </ul>
<b>San Antonio Los Laureles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Centro</li> <li>- El Valle</li> <li>- Los Aguilares</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Llano</li> <li>- El Guachipilín</li> </ul>
<b>San Francisco</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Centro</li> <li>- La Cebadía</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Loma</li> </ul>
<b>Santa Elena</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Centro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Desmonton</li> </ul>
<b>Santa Teresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El Centro</li> <li>- El Puente</li> <li>- La Gruta</li> <li>- La Loma</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los Lovos</li> <li>- Macho Viejo</li> <li>- Los Arguetas</li> <li>- Los Alfaro</li> </ul>

Tabla 14 Distribución política territorial del municipio de San Sebastián en el área rural.  
Fuente: El Salvador. Comité de Emergencia Municipal (COEM). Comisión de Mitigación San Sebastián; Cruz Roja Salvadoreña. San Sebastián, SV; 2004

### 3.2.11.2 Servicios Básicos

#### Educación

El municipio de San Sebastián cuenta con 22 Centros Educativos, seis en el área urbana y dieciséis en el área rural del municipio:

Entidad	Nombre del Centro Escolar	Sector	Zona
12381	INSTITUTO NACIONAL "DE SAN SEBASTIÁN"	Publico	Urbano
12385	CENTRO ESCOLAR "CANTÓN LOS LAURELES"	Publico	Rural
12387	CENTRO ESCOLAR "CANTÓN LAS ROSAS"	Publico	Rural
12388	CENTRO ESCOLAR "CANTÓN EL PORVENIR AGUACAYO"	Publico	Rural

12389	CENTRO ESCOLAR "CANTÓN EL PARAÍSO"	Publico	Rural
12390	CENTRO ESCOLAR "SAN SEBASTIÁN"	Publico	Urbano
12391	ESCUELA DE EDUCACIÓN PARVULARIA "DE SAN SEBASTIÁN"	Publico	Urbano
12392	COMPLEJO EDUCATIVO "CANTÓN LA LABOR"	Publico	Rural
12393	CENTRO ESCOLAR "CANTÓN SANTA TERESA"	Publico	Rural
12395	COMPLEJO EDUCATIVO "FEDERICO GONZÁLEZ"	Publico	Urbano
20886	LICEO "JOSÉ GUADALUPE GUERRA"	Privado	Urbano
78054	CENTRO ESCOLAR CASERÍO LOS CASTILLOS, C/ AGUACAYO	Publico	Rural
78055	CENTRO ESCOLAR CANTÓN LA ESPERANZA	Publico	Rural
78056	CENTRO ESCOLAR CASERÍO MARÍA AUXILIADORA, C/ LA LABOR	Publico	Rural
78057	CENTRO ESCOLAR CANTÓN SAN FRANCISCO	Publico	Rural
78058	CENTRO ESCOLAR CASERÍO LA CEBADIA, C/ SAN FRANCISCO	Publico	Rural
78059	CENTRO ESCOLAR CANTÓN SANTA ELENA	Publico	Rural
78092	CENTRO ESCOLAR CASERÍO LOS RIVERA, C/ LA LABOR	Publico	Rural
86420	CENTRO ESCOLAR "CASERÍO EL RINCÓN, C/ LAS ROSAS"	Publico	Rural
88105	COMPLEJO EDUCATIVO CATÓLICO LA SANTA FAMILIA, DE SAN SEBASTIÁN	Publico	Urbano
88107	CENTRO ESCOLAR CATÓLICO "SAN JOSÉ"	Publico	Rural
88164	CENTRO ESCOLAR CATÓLICO SAN JOSÉ LA LABOR	Publico	Rural

**Tabla 15 Centros educativos del municipio de San Sebastián, San Vicente.**  
**Fuente: MINED, Base de Datos de Centros Escolares de Censo 2008.**

A continuación, se muestran los Índices de educación más relevantes:

Tasa de alfabetismo	Asistencia escolar	Educación superior (Núm. De personas)		Conocimiento de otro idioma (Núm. De personas)	
86.1%	92%	Técnico Universitario	Superior universitario	Ingles	Otros
		118	474	124	5

**Tabla 16 Principales Indicadores de Educación de San Sebastián.**  
Fuente: VI Censo de Población y V Vivienda 2007. Tomo IV Población, Volumen II-Municipios: Características educativas y económicas.

## Salud

El municipio de San Sebastián cuenta con una unidad de Salud en el casco Urbano, y está equipada con una Ambulancia.

### **Principales causas de Morbilidad:**

Se presentan las principales causas de Morbilidad de acuerdo al Reporte Epidemiológico del municipio<sup>7</sup>

Causa de Morbilidad	Nº de Personas
IRA (Infecciones Respiratorias Agudas)	4,399
Infección Intestinal	416
Amibiasis	342
Conjuntivitis Bacteriana	240
Teniasis	105
Mordido por animal Transmisor de Rabia	104
Lumbalgia	100
Giardiasis	99

---

<sup>7</sup> Plan de emergencia sanitario local Unidad de Salud San Sebastián.

Trastorno de Ansiedad	65
Neumonías	46

**Tabla 17 Principales causas de Morbilidad en San Sebastián.**

Fuente: Plan de emergencia sanitario local unidad de salud San Sebastián. Año de publicación 2016.

## **Seguridad**

El municipio de San Sebastián cuenta con un puesto de Policía Nacional Civil, que es la encargada de brindar seguridad a los habitantes del municipio, ubicada en el casco urbano del municipio.

## **Infraestructura y Servicios Ofrecidos en el municipio de San Sebastián**

### ***Infraestructura Vial***

La ciudad de San Sebastián, cuenta con accesos por la carretera panamericana, ya que cuenta con carretera pavimentada desde la capital con una distancia de 50 km y el cual cuenta con tres vías de acceso la principal por el desvío de San Sebastián, pasando Santo Domingo. La primera vía de acceso en la ciudad de San Rafael Cedros a la altura de la minuta, desviándose por el cantón San José la Labor, calle rural pavimentada, luego hasta el desvío del nance. La tercera vía es a la altura del km 51 entrando por Ánimas para llegar a la ciudad de San Lorenzo, con calle pavimentada hasta la ciudad de San Lorenzo y posteriormente calle polvosa pasando por el río Machacal hasta llegar a la entrada de la ciudad de San Sebastián en la cruz del Padre.

### **Servicios**

<b>Servicio</b>	<b>Distribución</b>
Telefonía fija	Más de 75%
Telefonía celular	Más de 75%
Internet	Más de 50%
Energía Eléctrica	89.8%
Agua potable	58.5%
Alcantarillado	---

Recolección de basura	100% urbana	área
--------------------------	----------------	------

Tabla 18 Cobertura de Servicios básicos de San Sebastián.  
Fuente: VI Censo de población y V de Vivienda 2007.

**Economía** Para el 2012 el sector industrial en el municipio de San Sebastián representaba un 11% de las unidades económicas<sup>8</sup>, mientras que el sector comercio posee el mayor porcentaje con un 64%. Según CONAMYPE en el municipio se tienen 11<sup>9</sup> Artesanos registrados que trabajan textiles o que trabajan con telares, mientras que el censo realizado por Alcaldía de Municipal de San Sebastián en el área urbana del municipio se contabilizan 16 talleres artesanales y un total de 96 telares.

### 3.2.11.3 Desempleo juvenil en San Sebastián

La tasa de jóvenes de entre 15 y 24 años que no estudia, ni trabaja, es del 8.7% desagregado por género en la siguiente tabla del Informe 262 de los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Tasa de desempleo de la población entre 15 y 24 años de edad (%) en el departamento de San Vicente				Proporción de personas con acceso a líneas telefónicas y celulares en el hogar	Proporción de personas con acceso a computadora en el hogar	Proporción de personas con acceso a internet y/o correo electrónico en el hogar
Municipios	Total	Masculino	Femenino			
Apastepeque	7.3	5.3	9.7	31.2	0.0	0.0
Guadalupe	7.3	10.6	3.3	21.1	0.0	0.0
San Cayetano Istepeque	10.2	11.8	8.6	28.9	0.0	0.0

<sup>8</sup> **Unidades Económicas:** Individuos y organizaciones en cuyo comportamiento se interesa la economía y que analíticamente pueden considerarse unidades de decisión.

<sup>9</sup> Fuente: CONAMYPE datos proporcionados 2018.

<b>San Esteban Catarina</b>	12.4	11.7	13.4	22.7	0.6	0.0
<b>San Ildefonso</b>	9.9	12.3	7.1	30.4	0.0	0.0
<b>San Lorenzo</b>	10.0	13.9	5.4	23.8	0.0	0.0
<b>San Sebastián</b>	8.7	6.6	10.7	29.9	2.8	0.5
<b>San Vicente</b>	9.8	13.8	6.0	39.0	2.7	0.6
<b>Santa Clara</b>	9.8	7.4	13.2	29.5	1.1	0.0
<b>Santo Domingo</b>	14.1	21.7	7.9	38.1	2.7	1.0
<b>Tecoluca</b>	2.1	1.3	2.9	15.5	0.0	0.0
<b>Tepetitán</b>	13.6	11.1	15.4	25.3	2.3	0.7
<b>Verapaz</b>	8.6	10.3	7.1	21.0	0.1	0.0

Tabla 19 Tabla de desempleo de la población entre 15 y 24 años de edad, del departamento de San Vicente. Fuente: Informe 262 (2005)

### 3.2.11.4 Ambiente Ecológico

#### Flora

La flora<sup>10</sup> del municipio de San Sebastián cuenta con especies de árboles entre los que resaltan Almendros de río, Aceitunos, Madre Cacao, Pepeto, Tamarindo, Carao, Chaperno, Paraíso, Conacaste, Pino, Nance, Guayaba, Maquilishuat, San Andrés, Laurel, Zapote, Capulín, Matasano, Mango, Marañón, Jocote, Copinol, Zungano, Mamey, entre otros.

#### Fauna

La fauna<sup>11</sup> del municipio está compuesta en su mayoría por: Conejo de monte, Ardilla Parda, Cusuco, Gato Zonto, Rata casera, Murciélago de las frutas, Tacuazín Blanco, Zorrillo mofeta, Taltuza. En cuanto a los anfibios y reptiles: Garrobo, Sapo

<sup>10</sup> Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente.

<sup>11</sup> Diagnóstico Ambiental Participativo de San Vicente.

abonero, Rana, Zumbadora, Charchón, Tamagás, Lagartija Escamosa, Masacuate. Las aves que destacan en el municipio son: Paloma ala blanca, paloma morada, Urraca, Tucán, Torogoz, Gorrión doméstico, Zanate mayor, Pijuyo, Gavilán rastrero, Pericón, entre otros.

#### Cuencas hidrográficas

El municipio de San Sebastián cuenta con varios ríos<sup>12</sup>, los cuales son:

- Titihuapa
- El Machacal
- El Rión, Los Carpio
- El Guancil

Siendo el más cercano a la ciudad, el río Machacal. Además, cuenta con las quebradas:

- |                  |                |
|------------------|----------------|
| • El Fierro Seco | • Las Gallinas |
| • El Chorro      | • La Ceiba     |
| • Quebrada Vieja | • El Jutal     |

#### **3.2.12 Población Beneficiaria**

El segmento de la población beneficiaria de forma directa con la implementación de dicho proyecto está delimitado a la población de entre 16 y 35 años tanto hombres como mujeres lo cual representa este rango de edad un 35.36% de la población del municipio según datos proporcionados por la Unidad de Salud Municipal de San Sebastián, San Vicente.

---

<sup>12</sup> Plan de emergencia sanitario local unidad de salud San Sebastián.

Rango de edad en años	Hombres	Mujeres
0	152	104
1	149	141
2	119	151
3	144	154
4	161	155
5 a 9	733	677
10	151	141
10 a 14	802	743
15 a 19	901	800
20 a 24	843	785
25 a 29	595	698
30 a 34	511	572
35 a 39	374	502
40 a 44	390	452
45 a 49	278	398
50 a 54	270	325
55 a 59	238	327
60	48	55
60 a 64	241	272
65 a 69	193	367
70 a 74	192	200
75 a 79	124	158
80 y más años	153	194
<b>Total</b>	<b>7762</b>	<b>8371</b>

Tabla 20 Datos Población San Sebastián 2016.

Fuente: Unidad de Salud Municipal de San Sebastián, San Vicente. Año de publicación 2016.



De la tabla anterior se presenta el segmento de población de donde se tomarán los beneficiarios de manera directa. Rango de edad	Segmento de población beneficiado de forma directa	
	Hombres	Mujeres
15 a 19	901	800
20 a 24	843	785
25 a 29	595	698
30 a 34	511	572
Total, por genero	2,850	2,855
<b>Total, de personas</b>	<b>5,705</b>	

Tabla 21 Segmento de la población beneficiaria de manera directa.

Fuente: Elaboración propia a partir de la Tabla 17 Datos Población San Sebastián 2016.

### 3.3 Marco Legal

#### 3.3.1 Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal

##### Artículos a destacar de la ley:

##### *Objeto de la Ley*

**Art. 1.-** La presente Ley tiene por objeto fomentar, proteger y desarrollar al sector artesanal, reconociendo como pilar fundamental a la persona dedicada a la producción de artesanías, con énfasis a las personas de origen indígena, y las que con su producción generan identidad y enriquecen el patrimonio cultural y el desarrollo del país.

##### *Finalidad de la Ley:*

##### **Art. 2.-**

- a) La protección y reconocimiento de la persona artesana;
- b) El desarrollo de las habilidades artísticas y capacidades productivas del sector artesanal;

- c) El resguardo de las tradiciones y saberes ancestrales, así como la promoción de expresiones culturales que generen identidad nacional;
- d) Facilitar la inserción y participación del sector artesanal en los mercados nacionales e internacionales;
- e) Fortalecer y facilitar la asociatividad; y,
- f) Fortalecer las capacidades empresariales de las personas artesanas.

#### *Ámbito de Aplicación*

**Art. 3.-** La presente Ley se aplicará dentro del territorio nacional a las personas artesanas salvadoreñas que se dedican al diseño, producción y comercialización de sus artesanías.

#### **Sobre capacitación, formación y programas educativos**

##### *De la Asistencia Técnica y Capacitación*

**Art. 20.-** El Ente Ejecutor gestionará e implementará asistencia técnica en aspectos específicos, como capacitación a las personas artesanas, que coadyuve al mejoramiento de innovación de sus condiciones productivas de su artesanía y su respectiva comercialización. Las cuales podrán ser proporcionadas por especialistas, maestros artesanos o profesionales en la materia, según sea el caso.

##### *De la Formación*

**Art. 21.-** El Ente Ejecutor fomentará el intercambio de conocimientos y herencia ancestral de los pueblos indígenas, transmitidos por generaciones a las comunidades artesanales, para la elaboración de artesanías.

Así mismo impulsará programas de formación especializada, que tengan como ejes fundamentales la investigación y gestión del conocimiento, así como la formación del recurso humano, capaz de conducir en los talleres, procesos productivos que generen artesanías de alta calidad y competitividad, de tal forma que logre generar impacto en los mercados globales y capacidad para conducir administrativa y comercialmente la producción artesanal de los talleres.

La CONAMYPE, en coordinación con el Ministerio de Educación y la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la República y el Instituto Nacional de la Juventud (INJUVE), crearán programas para la participación de la juventud en el aprendizaje de los conocimientos, experiencias y técnicas para la elaboración de artesanías.

#### *De los Programas Educativos*

**Art. 22.-** El Ministerio de Educación podrá incluir progresivamente en la currícula abierta o formal, una especialidad enfocada en estudios artesanales, que podrá ser impartida por especialistas en la materia y las personas artesanas acreditadas por el Ente Ejecutor.

Las Cooperativas, Asociaciones o Talleres Artesanales podrán contratar aprendices por un plazo no mayor de un año. Dicho contrato comprenderá una fase lectiva y otra práctica. Durante la primera, el aprendiz recibirá un apoyo de sostenimiento mensual, equivalente al 25% del salario mínimo vigente del sector comercio y servicio; y durante la segunda, el equivalente al 50% del mismo.

Dichos contratos serán enviados, dentro de los treinta días de celebrados, al Ente Ejecutor para su registro.

Los talleres artesanales de carácter familiar quedarán sujetos a su propio régimen.

Lo no previsto en la presente Ley en materia de aprendices, les será aplicable lo regulado en la Constitución de la República, el Código de Trabajo y demás Leyes que regulan sobre la materia.

#### **Reseña de la Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal**

Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal pretende impulsar mecanismos para la protección en la producción de artesanías, así como para establecer planes de trabajo para potenciar su dinámica dentro de la economía del país.

Esta nueva ley tiene como principal objetivo la creación de una rectoría para el control y respaldo de los artesanos en El Salvador, cuya responsabilidad recaerá en el Ministerio de Economía (MINEC) A su vez, se aprobará la Política Nacional de

Desarrollo Artesanal, para facilitar los mecanismos institucionales para la ejecución de la nueva ley.

Otro de los puntos destacados en esta iniciativa es la participación directa de la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), quienes tendrán el rol de formular y proponer la política nacional para artesanos y la estrategia de desarrollo del sector artesanal, así como también administrar y representar al sector de artesanos frente a organismos nacionales e internacionales y manejar el Registro Nacional del Sector Artesanal de forma actualizado y constante.

#### *Asesoría, protección de patente y reconocimiento de marca*

La Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal establece también un compromiso del MINEC para asesorar a quienes estén iniciando en la producción y comercialización de artesanías, así como la creación del registro de patentes para evitar que el producto fabricado en El Salvador sea víctima de plagio, estableciendo una marca comercial entre el sector de artesanos.

La creación misma del registro de artesanos implicará una carnetización y acreditación de todos los artesanos en el país, quienes podrán establecer de forma legal y con toda la protección del Estado sus talleres de artesanías.

Finalmente, la nueva ley establece la creación de la Marca País de Artesanías, con la cual se busca identificar y promover la artesanía salvadoreña a nivel local e internacional, regulándose los derechos de autor. De igual forma, CONAMYPE entregará anualmente el Premio Nacional de Artesanías, para reconocer al artesano o comunidad artesanal que haya destacado en su labor, a fin de impulsar y animar a los demás artesanos a producir más y mejores productos.

### **3.3.2 Código Municipal**

#### TITULO I

#### OBJETO Y CAMPO DE APLICACIÓN

#### CAPITULO ÚNICO

Art. 1.- El presente Código tiene por objeto desarrollar los principios constitucionales referentes a la organización, funcionamiento y ejercicio de las facultades autónomas de los municipios.

#### TITULO II

#### CONCEPTOS GENERALES

Art. 3.- La autonomía del Municipio se extiende a:

1. La creación, modificación y supresión de tasas por servicios y contribuciones públicas, para la realización de obras determinadas dentro de los límites que una ley general establezca;
2. El Decreto de su presupuesto de ingresos y egresos;
3. La libre gestión en las materias de su competencia;

#### TÍTULO III

#### DE LA COMPETENCIA MUNICIPAL Y LA ASOCIATIVIDAD DE LOS MUNICIPIOS

#### CAPÍTULO UNO

Art. 4.- Compete a los Municipios: 1. LA ELABORACIÓN, APROBACIÓN Y EJECUCIÓN DE PLANES DE DESARROLLO LOCAL; (7)

4. La promoción y de la educación, la cultura, el deporte, la recreación, las ciencias y las artes;

## 4 MERCADO ABASTECEDOR

En todo proyecto se necesita garantizar que la materia prima necesaria para la producción esté disponible en todo momento; es por ello que se debe definir los proveedores de materia prima tanto para la escuela como el taller.

Para el presente trabajo, el mercado abastecedor se compone de la siguiente manera:

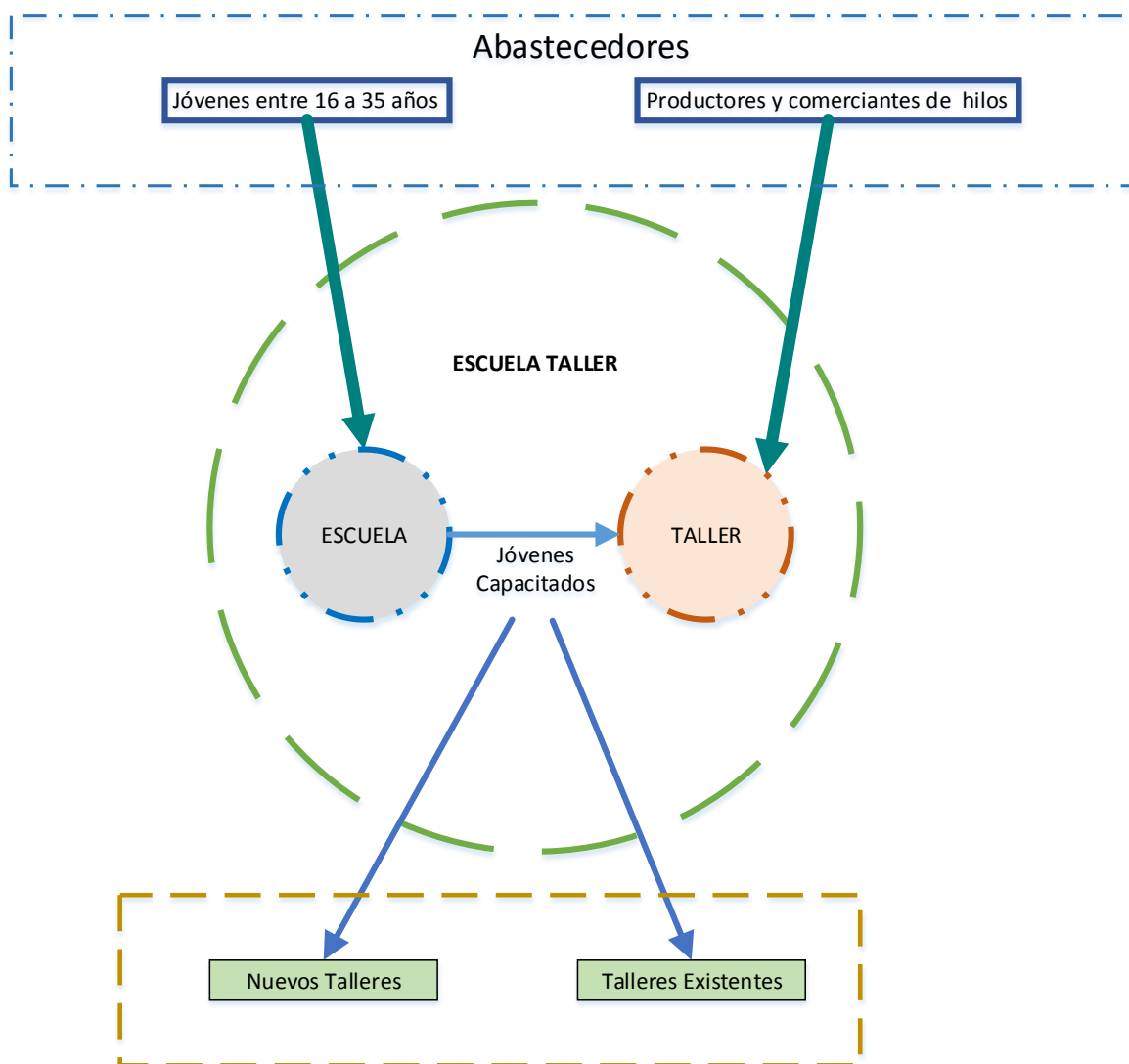


Ilustración 9 Mercado abastecedor

## **4.1 Mercado Abastecedor para la Escuela**

El mercado abastecedor de la escuela está compuesto, por la población comprendida entre los 16 a 35 años de la población del Municipio de San Sebastián, San Vicente.

### **4.1.1 Selección de Técnica de Muestreo**

Para la recolección de información para el mercado abastecedor de la Escuela se utilizará muestreo probabilístico que se define como aquel en el que cada muestra tiene la misma probabilidad de ser elegida. El muestreo probabilístico es el que nos asegura la representatividad de la muestra y nos permite el cálculo de la estimación de los errores que se cometen. Dentro del muestreo probabilístico podemos distinguir entre los siguientes tipos de muestreo:

- Muestreo aleatorio
- Muestreo estratificado.
- Muestreo por conglomerados.
- Muestreo sistemático.
- Otros tipos de muestreo

Para el estudio se utilizó muestreo probabilístico aleatorio simple Se caracteriza por que otorga la misma probabilidad de ser elegidos a todos los elementos de la población. Para él calculo muestral, requiere de: El tamaño poblacional, si ésta es finita, del error admisible y de la estimación de la varianza.

### **SEGMENTACIÓN Y CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN**

Los criterios a tomar en cuenta para seleccionar la muestra del estudio correspondiente, es el siguiente:

<b>Genero</b>	<b>Indiferente</b>
<b>Rango de edad</b>	16-35 años
<b>Lugar de Residencia</b>	Municipio de San Sebastián, San Vicente
<b>Nivel de escolaridad</b>	Saber leer y escribir
<b>Ocupación</b>	Indiferente

Tabla 22 criterios para seleccionar abastecedor de escuela preliminar. Fuente: Elaboración propia.

## DETERMINACIÓN DE LOS UNIVERSOS A ESTUDIAR

### DISEÑO DEL PLAN DE MUESTREO.

El muestreo se refiere al proceso de selección de los elementos, sujetos o casos de una población. Para que el muestreo esté bien realizado es necesario que los elementos escogidos representen bien a toda la población. Si la muestra no cumple este cometido se dice que la muestra es sesgada o tendenciosa; en el caso contrario, cuando la muestra ha sido bien seleccionada, se habla de muestra representativa.

Ya que el estudio desarrollado tiene dos enfoques uno brindar un servicio y otro brindar un producto se establece que para el diseño del plan se consideran dos segmentos de mercado distintos por una parte el segmento de mercado al cual se quiere llegar con la implementación de la Escuela Artesanal de Telares ( enfoque servicio) y por otra parte el segmento de mercado al cual se quiere llegar con los Productos Textiles Artesanales sean estos: hamacas, manteles, colchas, cubrecamas etc. (enfoque producto).

A continuación, se presentan los distintos planes de muestreo:



- **PLAN DE MUESTREO PARA EL SEGMENTO DE MERCADO CONSUMIDOR DEL SERVICIO OFRECIDO POR LA ESCUELA TALLER DE TELARES.**

Para establecer la muestra necesaria del mercado consumidor definido anteriormente, se tomarán como base todos los jóvenes de entre 16 y 35 años de edad del Municipio de San Sebastián, San Vicente. Se escoge ese segmento de la población de dicha municipalidad debido a que uno de los requisitos para poder formar parte de la escuela es encontrarse entre el rango de edad antes mencionado y ser originario del municipio de San Sebastián requisitos establecidos por la Alcaldía Municipal de San Sebastián contraparte asociada de la investigación.

Se tiene como fuente de información secundaria datos proporcionados por la Unidad de Salud del Municipio de San Sebastián sobre la población de la municipalidad hasta el año 2016 cuyos datos son los siguientes:

<b>Rango de edad en años</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
0	152	104
1	149	141
2	119	151
3	144	154
4	161	155
5 a 9	733	677
10	151	141
10 a 14	802	743
<b>15 a 19</b>	<b>901</b>	<b>800</b>
<b>20 a 24</b>	<b>843</b>	<b>785</b>
<b>25 a 29</b>	<b>595</b>	<b>698</b>
<b>30 a 34</b>	<b>511</b>	<b>572</b>
35 a 39	374	502
40 a 44	390	452
45 a 49	278	398
50 a 54	270	325

55 a 59	238	327
60	48	55
60 a 64	241	272
65 a 69	193	367
70 a 74	192	200
75 a 79	124	158
80 y más años	153	194
<b>Total</b>	<b>7762</b>	<b>8371</b>

**Tabla 23 Datos Población San Sebastián 2016.**  
**Fuente: Unidad de Salud Municipal de San Sebastián, San Vicente. Año de publicación 2016.**

Debido a los requisitos establecidos por la contra parte asociada del estudio de la tabla anterior se delimita el segmento de población para determinación de la muestra de la siguiente manera:

<b>Rango de edad</b>	<b>Segmento de población beneficiado de forma directa</b>	
	Hombres	Mujeres
15 a 19	901	800
20 a 24	843	785
25 a 29	595	698
30 a 34	511	572
Total, por genero	<b>2,850</b>	<b>2,855</b>
<b>Total, de personas</b>	<b>5,705</b>	

**Tabla 24 Segmento de la población para determinación del plan de muestreo.**  
**Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 23.**

- **Determinación del tamaño de la Muestra.**

El **tamaño de la muestra** se refiere al número de elementos que deben incluirse en el estudio.

El método que ha sido elegido para la determinación del tamaño de la muestra es el de **Muestro Probabilístico**. En el muestreo probabilístico las unidades del muestreo

se seleccionan al azar dando una posibilidad de participación a cada miembro del universo, de participar en la muestra.

La técnica de muestreo a utilizar es el **Muestreo Aleatorio Simple**

En el **muestreo aleatorio simple** (MAS), cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección igual y conocida. Además, cada posible muestra de un determinado tamaño ( $n$ ) tiene una probabilidad igual y conocida de ser la muestra seleccionada realmente. Esto implica que cada elemento se selecciona de manera independiente de cualquier otro elemento. La muestra se extrae del marco de muestreo usando un procedimiento aleatorio. Este método es equivalente al sistema de lotería donde los nombres se colocan en un recipiente, el cual se agita y de él se sacan los nombres de los ganadores de una manera no sesgada.

Es el método conceptualmente más simple. Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta). Si se selecciona una muestra de tamaño  $n$  de una población de  $N$  unidades, cada elemento tiene una probabilidad de inclusión igual y conocida  $n/N$ .

La población considerada para la muestra probabilística será de 5,705 personas pertenecientes al municipio de San Sebastián, San Vicente, ya que todos tienen la misma probabilidad de ser abordados, bajo las consideraciones de un muestreo aleatorio simple.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula para muestreo probabilístico aleatorio simple y ya que el tipo de población en este caso es finita debido pues se conoce cuantos elementos tiene dicha población. Su expresión es:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{[d^2 * (N - 1)] + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

$N$  = tamaño de la población.

$Z$  = nivel de confianza.

$p$  = probabilidad de éxito, o proporción esperada.

$q$  = probabilidad de fracaso.

$d$  = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

<b>Descripción de los elementos para determinar la muestra para la Escuela de Telares Artesanales.</b>	
<b>N</b>	Es el tamaño de la población que se desea estudiar, para el caso se determinó a partir de la población de entre 16 – 35 años del Municipio de San Sebastián, San Vicente; la cual es de 5,705 habitantes.
<b>Z</b>	Nivel de confianza: se refiere a la confiabilidad de la muestra, es decir la probabilidad que un valor de la muestra se ubique entre dos puntos específicos bajo la curva normal. Probabilidad de que la Estimación efectuada se ajuste a la realidad. Para este caso es de 1.96 ya que el nivel de seguridad es del 95%.
<b>P</b>	Probabilidad de éxito: es la probabilidad que la muestra sea representativa de la población. Para el caso el valor de p es de 0.80 (ver Anexo 1-A).
<b>Q</b>	Probabilidad de fracaso: es el complemento de la probabilidad de éxito. Para el caso el valor de q es de 0.20 (ver Anexo 1-B).
<b>D</b>	<p>Error de estimación: Es una medida de la variabilidad de las estimaciones de muestras repetidas en torno al valor de la población, da una noción clara de hasta dónde y con qué probabilidad una estimación basada en una muestra se aleja del valor que se hubiera obtenido por medio de un censo completo. Para el caso de estudio se determina que será del 7%. Se establecerá un error muestral del 7% debido a diversos justificantes que se pueden presentar:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Alta posibilidad de rechazo por parte del encuestado.</li> <li>- No contar con todo el recurso necesario para explorar una muestra grande.</li> <li>- En conjunto con un nivel de confianza del 95%, se establece una muestra representativa para el universo (ya que es un universo grande).</li> </ul>

**Tabla 25 Descripción de elementos para determinación de muestra poblacional.**

Determinación del tamaño de muestra poblacional mercado consumidor del servicio de formación en Escuela Taller:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{5,705 * 1.96^2 * 0.8 * 0.2}{0.07^2 * (5,705 - 1) + 1.96^2 * 0.8 * 0.2}$$

$$n = \frac{3,506.61248}{28.56425}$$

$$n = 122.7622 \cong \mathbf{123}$$

#### 4.1.2 Selección y Diseño de Instrumento

Para la recolección de datos se utilizará un cuestionario; el cual se define como un conjunto de preguntas que se confecciona para obtener información con algún objetivo en concreto.

Para la elaboración del cuestionario se tomaron en cuenta los objetivos e hipótesis planteadas anteriormente, con el fin de dar mejor solución a la problemática encontrada.

Para lograr con los objetivos planteados la encuesta se divide en varias secciones, las cuales se muestran a continuación:

<b>Información General del encuestado</b>	En esta sección se busca conocer edad, género y lugar de residencia del encuestado.
<b>Ocupación</b>	Esta sección busca conocer la ocupación de los encuestados y poder determinar donde se encuentra la mayoría de jóvenes, los cuales son un abastecedor potencial de la escuela taller
<b>Información académica del encuestado</b>	En esta sección se busca conocer el nivel de escolaridad que posee el encuestado
<b>Importancia del oficio artesano textil</b>	Busca conocer cuál es la importancia para el encuestado el oficio de artesano textil

<b>Conocimientos en el oficio artesano textil</b>	Busca conocer cuántos de los encuestados han recibido algún curso de capacitación del oficio artesano textil, así como las instituciones encargados de brindar la enseñanza en caso que el encuestado tenga conocimientos previos y el nivel de conocimiento que poseen sobre este.
<b>Practica del oficio artesano textil de jóvenes que tienen conocimientos del oficio</b>	Esta sección busca conocer la cantidad de jóvenes que respondieron que tenían conocimientos del oficio trabajan en él, y los motivos por los que algunos de ellos no lo practican.
<b>Interés de Jóvenes en el oficio artesano textil</b>	Esta sección busca conocer si los jóvenes que saben el oficio artesano textil les gustaría aprender o mejorar sus habilidades como artesano textil, así como también las razones por las cuales les gustaría aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil, y los motivos por los que no les gustaría aprender ni mejorar este oficio.

**Tabla 26 Estructura de encuesta de jóvenes del Municipio de San Sebastián, San Vicente**  
**Fuente: Elaboración Propia**

El diseño de encuesta utilizada en el mercado abastecedor para la escuela es el siguiente (Ver anexo 2).

### 4.1.3 Análisis de Datos de Encuesta Realizada a un Segmento de Población de San Sebastián

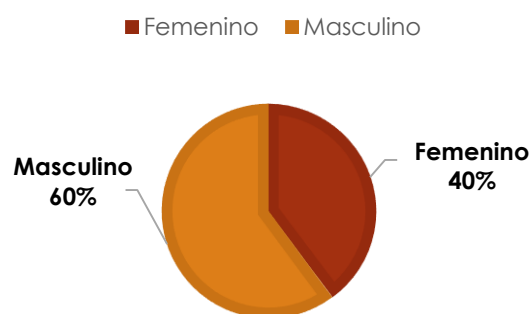
Análisis de cuestionario realizado a un segmento de la población del municipio de San Sebastián, San Vicente de entre 16 y 35 años de edad.

#### Genero

Género	Total	Porcentaje (%)
Femenino	49	40%
Masculino	74	60%
Total	123	100%

Tabla 27 Género

#### GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS



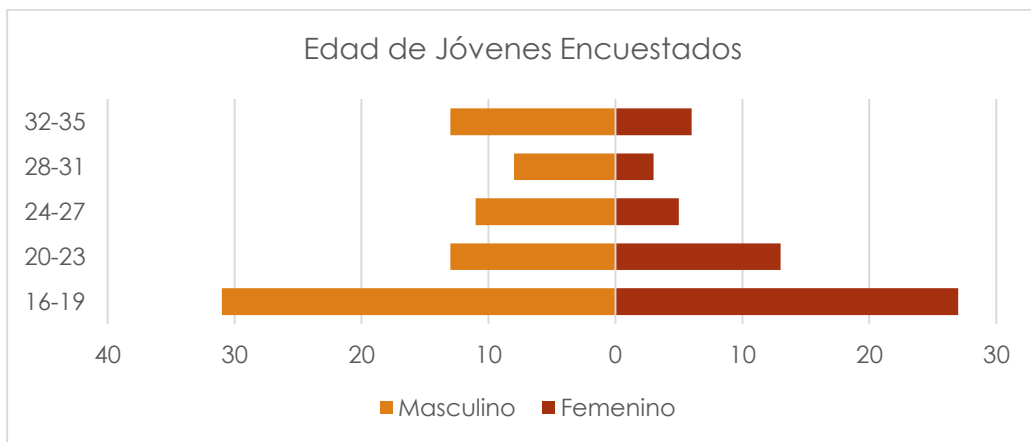
Gráfica 1 Porcentaje de género participantes en la encuesta dirigida a jóvenes

De las 123 personas encuestadas 49 de ellas son del género femenino y 74 del género masculino lo que representa el 40% y 60% respectivamente de las encuestas realizadas en el Municipio de San Sebastián.

#### Edad:

Edad (años)	Femenino	% Mujeres	Masculino	% Hombres	Total	% Total
16-19	27	50%	31	41%	58	45%
20-23	13	24%	13	17%	26	20%
24-27	5	9%	11	14%	16	12%
28-31	3	6%	8	11%	11	8%
32-35	6	11%	13	17%	19	15%
Total	54	100%	76	100%	130	100%

Tabla 28 Edad



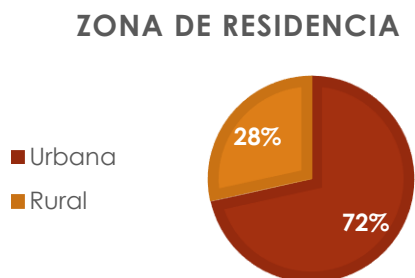
**Gráfica 2 Edad de personas encuestadas**

Los jóvenes encuestados en su mayoría se encuentran entre 16-19 años con un 45% del total de los encuestados, seguido por 20-23 años con 20%, 32-35 años con 15%, 24-27 años con 12% y con un menor porcentaje jóvenes entre 28-31% con un 8%.

### ¿En qué zona del municipio reside?

Zona	Total	Porcentaje (%)
Urbana	88	72%
Rural	35	28%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Tabla 29 Municipio de residencia.**



**Gráfica 3 Zona de residencia**

Al consultar el lugar de residencia a las personas encuestadas se obtuvo la siguiente información: 88 personas residen en la zona urbana del municipio lo cual equivale al 72% del total de 130 personas encuestadas, mientras que las 35 personas restantes respondieron que residen en la zona rural cuyo porcentaje equivalente es del 28%.

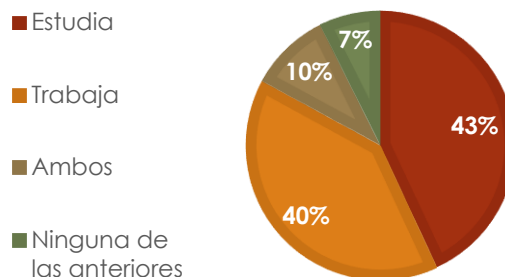


## 1. ¿Actualmente cuál es su ocupación?

Ocupación	Total	Porcentaje (%)
Estudia	53	43%
Trabaja	49	40%
Ambos	12	10%
Ninguna de las anteriores	9	7%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Tabla 30 Ocupación

### OCUPACIÓN DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS



Gráfica 4 Ocupación

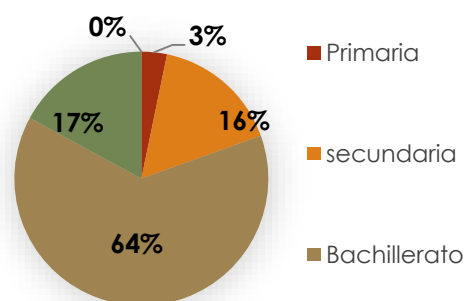
De las 123 personas consideradas como muestra en el segmento de la población de 16 - 35 años del Municipio San Sebastián departamento de San Vicente se tiene que 53 personas estudian, 49 personas trabajan mientras 12 de ellas estudian y trabajan simultáneamente lo que equivale al 43%, 40% y 10% respectivamente y solo 9 personas encuestadas no estudian ni trabajan lo que equivale al 7% de la muestra. Dando por concluido que las personas que trabajan y estudian están en un porcentaje aproximadamente igual, por lo tanto, la posible participación de jóvenes en un mayor porcentaje sería jóvenes que trabajan o estudian.

## 2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

Nivel de escolaridad	Total	Porcentaje (%)
Educación Básica hasta segundo ciclo	4	3%
Educación Básica completa	20	16%
Bachillerato	78	63%
Educación superior o técnico	21	17%
Ninguno de los anteriores	0	0%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Tabla 31 Nivel de escolaridad

### Nivel de Escolaridad de las Personas Encuestadas



Gráfica 5 Nivel de escolaridad

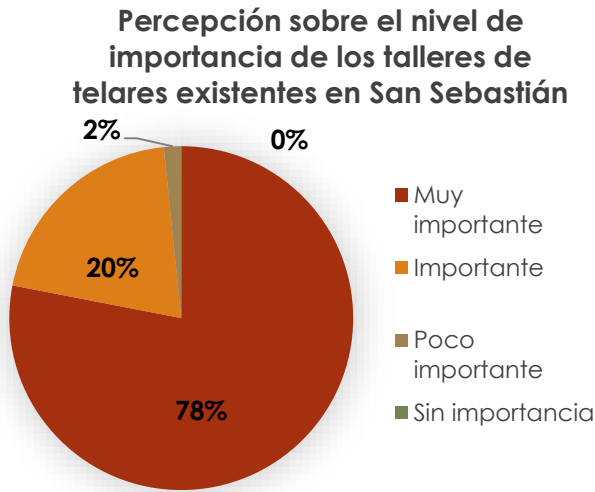
Un 64% equivalente a 78 personas de las encuestadas poseen un nivel de escolaridad media es decir bachillerato, 21 personas respondieron que poseen un nivel de escolaridad superior lo que representa un 17%, 20 personas respondieron que su nivel de escolaridad es secundaria es decir un 16%, un 3% de la muestra que equivale a 4 personas respondió que posee un nivel de escolaridad de primaria mientras que no se obtuvo respuestas en la opción ninguna de las anteriores que se presentaba en la pregunta.

Dado que el mayor porcentaje con un 64% de jóvenes con un nivel de escolaridad de bachillerato, la escuela taller podría beneficiar a Jóvenes que cursan su bachillerato, y no cuentan con recursos para continuar con sus estudios, dando como oportunidad capacitarse en un oficio e integrarse al ámbito productivo, ya sea en la integración en la escuela taller, en un taller existente o montar su propio taller, propiciando el desarrollo del municipio.

### 3. ¿Qué tan importante considera usted los talleres de telares que existen en el municipio?

Importancia	Total	Porcentaje (%)
Muy importante	96	78%
Importante	25	20%
Poco importante	2	2%
Sin importancia	0	0%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

Tabla 32 Importancia de talleres en el Municipio



Gráfica 6 Importancia del oficio textil artesanal en el Municipio de San Sebastián

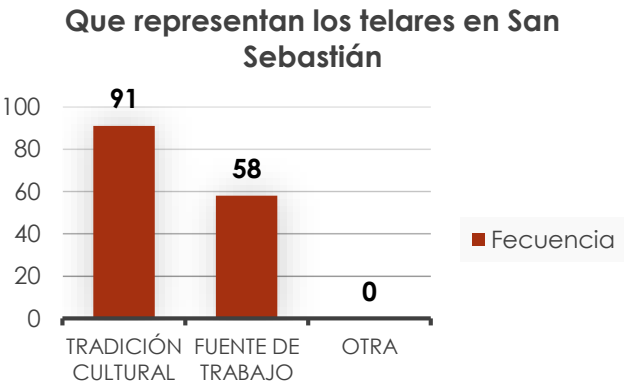
La percepción que tienen las personas encuestadas sobre la importancia de los talleres de telares en el municipio de San Sebastián se da de la siguiente manera: 78% personas consideran que los talleres de telares son muy importantes, 20% personas los consideran importantes, 2% personas los ven como poco importantes

y ninguno de los encuestados percibe que los talleres de telares en San Sebastián carecen de importancia en el municipio, por lo tanto para los pobladores de San Sebastián consideran que los talleres son muy importantes, puesto que estos son una fuente de trabajo y representan el patrimonio del municipio.

**4. ¿Qué representa para usted los telares en San Sebastián?**

Representa	Frecuencia total
Tradición Cultural	91
Fuente de trabajo	58
Otra	0
<b>Total</b>	<b>149</b>

Tabla 33 representación de telares en el Municipio de San Sebastián



Al consultar a las personas **Gráfica 7 Representación de los telares en San Sebastián** encuestadas sobre su opinión de lo que representan los telares en San Sebastián en 91 ocasiones estas indicaron que representan una tradición cultural y 58 ocasiones indicaron que son una fuente de empleo por lo que de lo anterior se deduce que 26 personas seleccionaron ambas opciones al momento de responder y no se obtuvo ninguna respuesta en la opción OTRA.

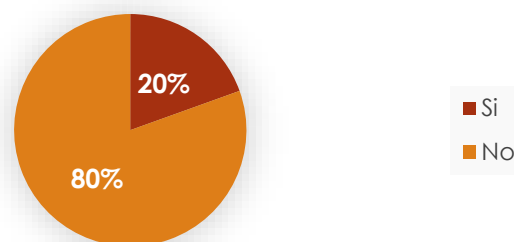
Por lo tanto, para los jóvenes lo talleres de San Sebastián son muy importante pues representan una tradición cultural y caracteriza al Municipio.

**5. ¿Ha recibido usted clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil?**

Recibió clases o capacitación	Total	Porcentaje (%)
Si	24	20%
No	99	80%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>

**Tabla 34** Personas que han recibido capacitación

**Personas encuestadas que han recibido clases o capacitación sobre el oficio de artesano textil**



**Gráfica 8** Personas encuestados que han recibido capacitación del oficio artesano textil

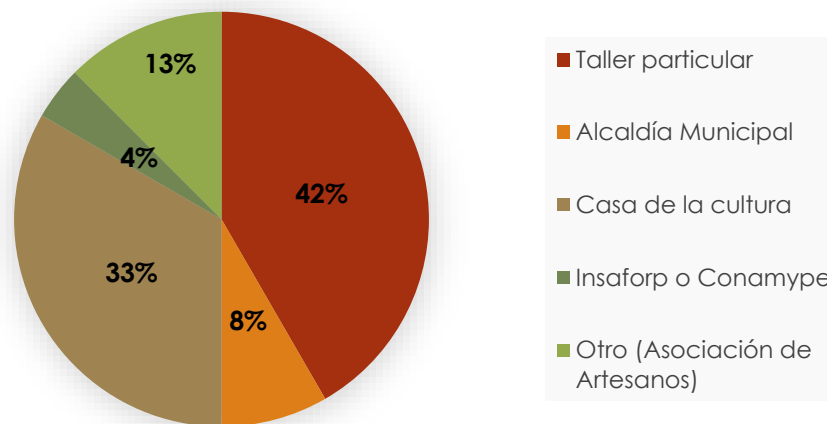
El 20% de los encuestados ha recibido clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil lo que equivale a 24 personas del total de 123 encuestas mientras que la gran mayoría el 80% (99 personas) restante nunca ha recibido clases o algún tipo de capacitación en la cual se le forme como artesano textil. La mayor parte de la población de los jóvenes encuestados no han recibido ningún tipo de capacitación acerca del edificio, con un 80%, este resultado nos indica que la implementación de una escuela taller en el Municipio de San Sebastián, daría la oportunidad a jóvenes de aprender el oficio, puesto que solamente un 20% de la muestra tomada ha recibido capacitación en el oficio.

**6. ¿Qué institución fue la encargada de brindar su capacitación?**

Institución	Total	Porcentaje (%)
Taller particular	10	42%
Alcaldía Municipal	2	8%
Casa de la cultura	8	33%
Insaforp o Conamype	1	4%
Otro (Asociación de Artesanos)	3	13%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

**Tabla 35** Institución encargada de brindar capacitación

### Nivel de participación de instituciones al momento de capacitar a artesanos textiles



**Gráfica 9 Instituciones que han brindado capacitación en el oficio artesano textil**

Del total de 24 personas encuestadas que respondieron haber recibido clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil que representa el 20%; el 42% (10 personas) de estas fueron formadas como artesanos textiles en un taller particular, 33% (8 personas) capacitadas gracias a la Casa de la Cultura de San Sebastián, un 13% (3 personas) formadas por medio de una Asociación de Artesanos, mientras que un 8% (2 personas) capacitadas como artesanos textiles por medio de la Alcaldía Municipal y solamente un 4% (1 persona) dijo haber sido capacitado gracias a instituciones como Insaforp o Conamype.

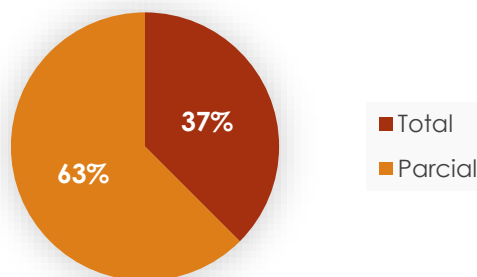
La mayoría de capacitaciones han sido brindadas por talleres particulares y casa de la cultura quien brinda capacitación a jóvenes que lo soliciten, aunque el porcentaje de jóvenes capacitados es bajo, solamente con un 20%, mostrando una baja participación de jóvenes en aprender el oficio.

## 7. ¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca del oficio?

Conocimiento	Total	Porcentaje (%)
Total	9	38%
Parcial	15	63%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Tabla 36 Nivel de conocimiento de jóvenes que han recibido capacitación en el oficio artesano textil

Nivel de conocimiento sobre el oficio de artesano textil



Gráfica 10 Nivel de conocimiento acerca del oficio artesano textil

Del 20% de jóvenes que respondieron que habían recibido (24 personas encuestadas) clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil tienen un conocimiento total de este, es decir 9 de 24 personas tienen un conocimiento total del oficio representando un 37% del 20% que ha recibido capacitación (24 personas), mientras que las restantes 15 representado por el 63% de estas 24 personas solo tienen un conocimiento parcial del oficio.

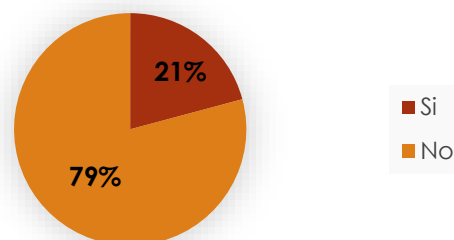
Este 63% de jóvenes que no saben el oficio completo, podrían ser parte de la escuela taller y terminar su formación en esta, permitiendo mejorar sus técnicas e integrarse al ámbito productivo.

## 8. ¿Trabaja en el oficio artesano textil?

Trabaja en el oficio	Total	Porcentaje (%)
Si	5	21%
No	19	79%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Tabla 37 Trabajo en el oficio artesano textil

Porcentaje de personas encuestadas que trabajan en el oficio de artesano textil



Gráfica 11 Porcentaje de personas que trabajan en el oficio artesano textil

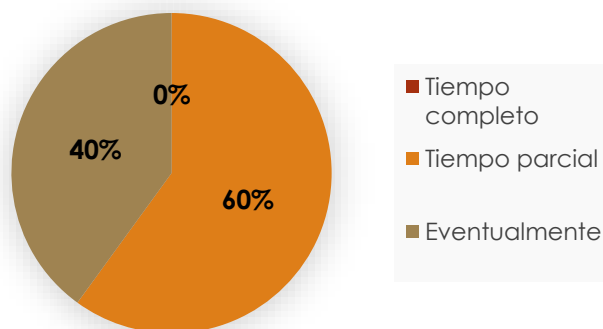
De 20% (24 personas) que respondieron que si habían recibido clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil solo 5 de estas representado por el 21% trabaja desarrollando el oficio de artesano textil mientras que el 79% que equivale a 19 de las 24 personas que indicaron saber el oficio ya sea de manera total o parcial no se encuentra desarrollando actividades del oficio de artesano textil.

## 9. ¿En qué modalidad trabaja como artesano textil?

Modalidad	Total	Porcentaje (%)
Tiempo completo	0	0%
Tiempo parcial	3	60%
Eventualmente	2	40%
<b>Total</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Tabla 38 Modalidad de trabajo

Modalidad de trabajo como artesano textil



Gráfica 12 Modalidad de trabajo

De 21% del total de las personas que indicaron que trabajaban como artesanos textiles se tiene que 3 de ellas es decir el 60% trabaja en el oficio de manera parcial,

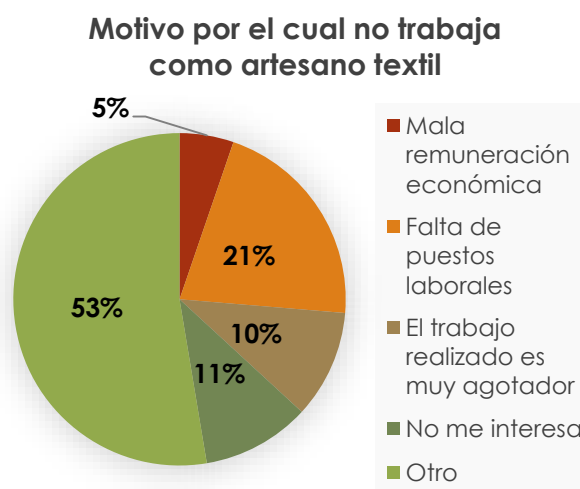
2 personas equivalente al 40% trabaja como artesano textil de forma eventual y ninguno de los encuestados respondió a la opción de trabajo a tiempo completo.

De acuerdo a los resultados obtenidos los jóvenes que respondieron que se capacitaron en el oficio y trabajan en él; no lo hacen a tiempo completo, solamente de manera parcial y eventual.

#### 10. ¿Si sabe el oficio, por qué motivo o motivos no trabaja usted como artesano textil?

Motivos	Total	Porcentaje (%)
Mala remuneración económica	1	5%
Falta de puestos laborales	4	21%
El trabajo realizado es muy agotador	2	11%
No me interesa	2	11%
Otro	10	53%
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100%</b>

Tabla 39 Motivos de no practicar el oficio



Gráfica 13 Motivos por los que no trabaja como artesano textil

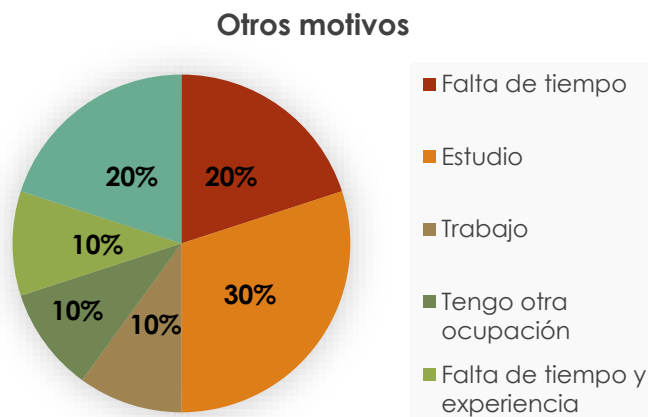
De las 19 personas (79%) que respondieron saber el oficio pero no trabajar como artesano textil se tiene que: el 21% no trabaja en el oficio porque no hay puestos laborales donde desempeñarse, el 10% opina que el trabajo realizado es muy agotador, otro 10% no se desempeña como artesano porque ese es un oficio que no le interesa, un 5% opina que es un trabajo en el cual se obtiene una mala remuneración económica por lo cual no se dedican al oficio y el 53% restante señala otros motivos por los cuales no trabajan como artesanos textiles por lo que se presentan los siguientes datos:



Otros Motivos por los cuales no trabaja como artesano textil:

Otro	Total
Falta de tiempo	2
Estudio	3
Trabajo	1
Tengo otra ocupación	1
Falta de tiempo y experiencia	1
Otro oficio	2
<b>Total</b>	<b>10</b>

Tabla 40 Motivos por los que no trabajan en el oficio



Gráfica 14 Otros motivos por los que no trabaja en el oficio

De las 10 personas que mencionaron otros motivos por los cuales no trabajar como artesano textil se tiene que 3 de ellos mencionan como otro motivo que estudian lo que les dificulta el poder trabajar como artesano, 2 señalan que no poseen el tiempo necesario para trabajar, 2 saben otro oficio, 1 tiene otra ocupación, 1 trabaja y 1 más argumenta falta de tiempo y experiencia en desarrollar el oficio por lo cual no se dedica a trabajar como artesano textil.

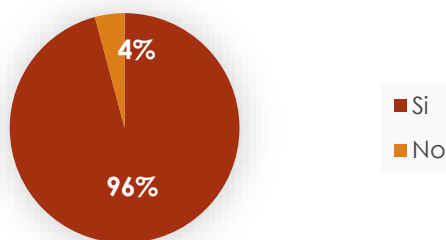
La mayoría de los jóvenes encuestados de los que respondieron que no trabaja en el oficio a pesar de saberlo, expresaron que sus motivos del porque no trabajan en él, la Mala remuneración económica, Falta de puestos laborales, El trabajo realizado es muy agotador, y no le interesa son motivos con un muy poco porcentaje en respuesta, la mayoría de jóvenes con un 53% tienen otros motivos para no dedicarse a este como lo es la falta de tiempo, por motivos de estudio, ya poseen un trabajo, no tienen experiencia en el oficio.

### 11. ¿Le gustaría mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?

Mejorar habilidades	Total	Porcentaje (%)
Si	23	96%
No	1	4%
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>100%</b>

Tabla 41 Disponibilidad de mejorar habilidades del oficio de artesano textil

Número de personas a las cuales les gustaría mejorar sus habilidades como artesano textil



Gráfica 15 Porcentaje de personas que les gustaría mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil

El 96% de las 24 personas que indicaron haber recibido clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil respondió que si le gustaría mejorar sus habilidades como artesano textil y solamente una persona que representa el 4% de esos 24 dijo que no le gustaría mejorar sus habilidades como artesano textil.

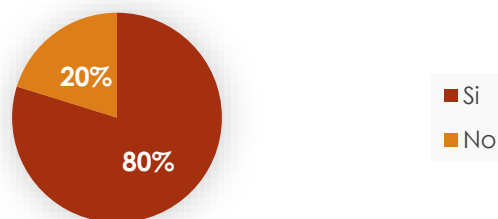
Por lo que se ve un potencial beneficio en la creación de una escuela taller en el oficio artesano textil.

### 12. ¿Le gustaría aprender el oficio de artesano textil?

Aprender	Total	Porcentaje (%)
Si	79	80%
No	20	20%
<b>Total</b>	<b>99</b>	<b>100%</b>

Tabla 42 Disponibilidad de aprender el oficio artesano textil

Personas interesadas en aprender el oficio de artesano textil



Gráfica 16 Porcentaje de personajes interesadas en aprender el oficio artesano textil

Al consultar a los encuestados que indicaron no haber recibido clases o algún tipo de capacitación sobre artesano textil si les gustaría aprender el oficio se obtuvo lo

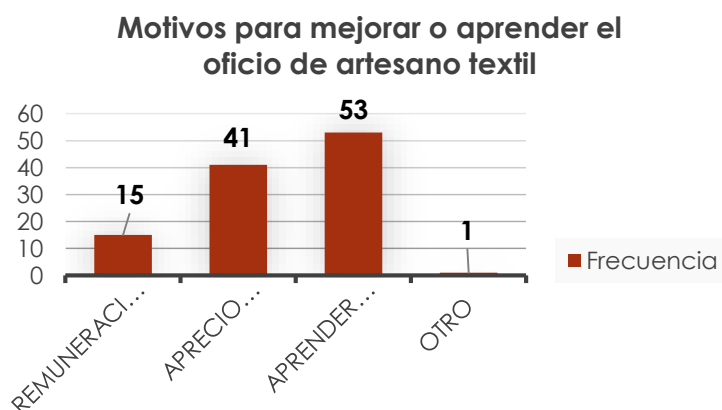
siguiente: 79 de 99 respondieron que si están interesadas en aprender el oficio de artesano textil lo que equivale al 80% de estos 99 y solamente un 20% 20 personas respondieron que no les interesa aprender dicho oficio.

Este alto porcentaje de un 80% de jóvenes que quieren aprender el oficio, pero no han recibido con anterioridad ningún tipo de capacitación de este, este resultado potencia mucho más la creación de una escuela taller puesto que un 80% está dispuesto a aprender el oficio.

### 13. ¿Qué lo motiva a usted para interesarse a aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?

Motivo	Frecuencia total
Remuneración económica	15
Aprecio por el arte	41
Aprender algo nuevo	53
Otro	1
Total (situación económica)	110

Tabla 43 Motivos para interesarse en aprender o mejorar las habilidades en el oficio artesano textil



Gráfica 17 Motivos para aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil

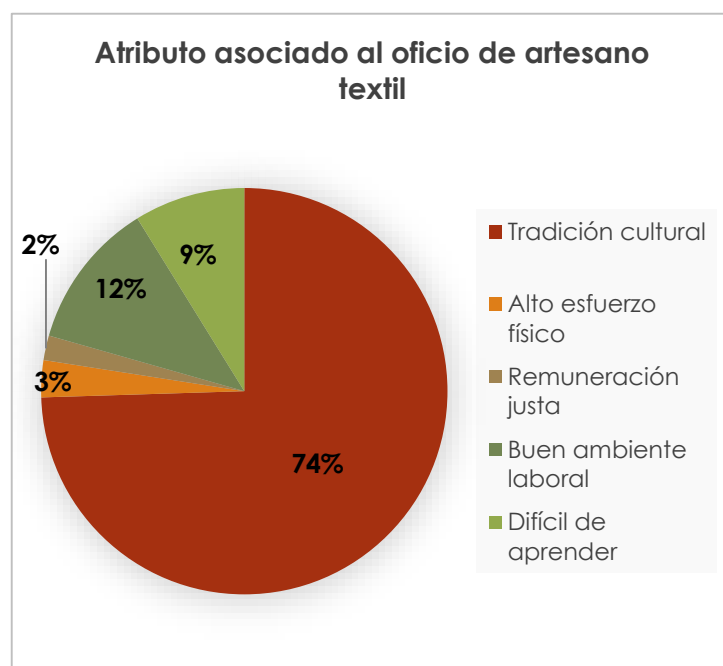
Las 102 personas de la muestra que respondieron si al momento de consultarles sobre si les gustaría aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil en 53 ocasiones estas respondieron que el motivo por el cual quieren formarse como artesanos textiles es por aprender algo nuevo, 41 ocasiones respondieron que los motiva a aprender o mejorar sus habilidades en el oficio es el aprecio por el arte, mientras que en 15 ocasiones indicaron que se ven motivadas a formarse como artesanos textiles por obtener una remuneración económica es decir por aplicar a una fuente de empleo y solamente en una ocasión se seleccionó la opción otro motivo para formarse como artesano textil.

La mayoría de los encuestados que quieren aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil, expresan que unos de los mayores motivos para hacerlo son para aprender algo nuevo, puesto que integrarse en la escuela textil artesanal permitiría al joven que ya sabe del oficio de forma parcial o total mejorar sus habilidades, mientras que a los jóvenes que no han recibido ningún tipo de capacitación de aprenderlo.

#### 14. Atributo que asocia al oficio artesano textil

Atributo	Total	Porcentaje (%)
Tradición cultural	76	75%
Alto esfuerzo físico	3	3%
Remuneración justa	2	2%
Buen ambiente laboral	12	12%
Difícil de aprender	9	9%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

Tabla 44 Atributo del Oficio Artesano Textil



Gráfica 18 Atributos que asocia el oficio artesano textil

De las 102 personas interesadas en aprender o mejorar sus habilidades como artesano textil un 74% (76 personas) de estas asocian dicho oficio a una tradición cultural, un 12% (12 personas) asocian el oficio con un buen ambiente laboral, 9% (9 personas) consideran que es un oficio difícil de aprender, un 3% (3 personas) asocian el oficio a la realización de un alto esfuerzo físico y solo un 2% (2 personas) asocian el oficio de artesano textil con una remuneración económica justa.

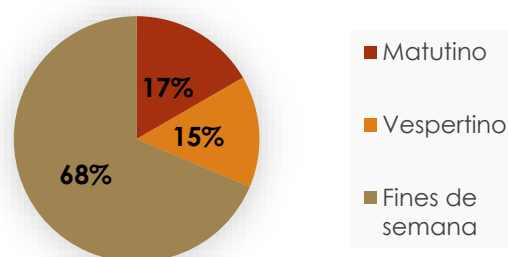
De acuerdo con los resultados la mayoría de los encuestados el atributo con el que más asocian el Oficio Artesano textil con la tradición cultural, pues este oficio caracteriza al pueblo como Batanecos.

**15. ¿En caso que usted asistiera a clase donde se le enseñe el oficio de artesano textil que horario le resultaría más conveniente?**

Horario	Total	Porcentaje (%)
Matutino	17	17%
Vespertino	15	15%
Fines de semana	70	69%
<b>Total</b>	<b>102</b>	<b>100%</b>

**Tabla 45 Horarios convenientes para poder asistir a la escuela taller**

**Horario en el cual le resultaría mas conveniente asistir a clases que lo formen como artesano textil**



**Gráfica 19 Horario que resultarían más conveniente para asistir a clases**

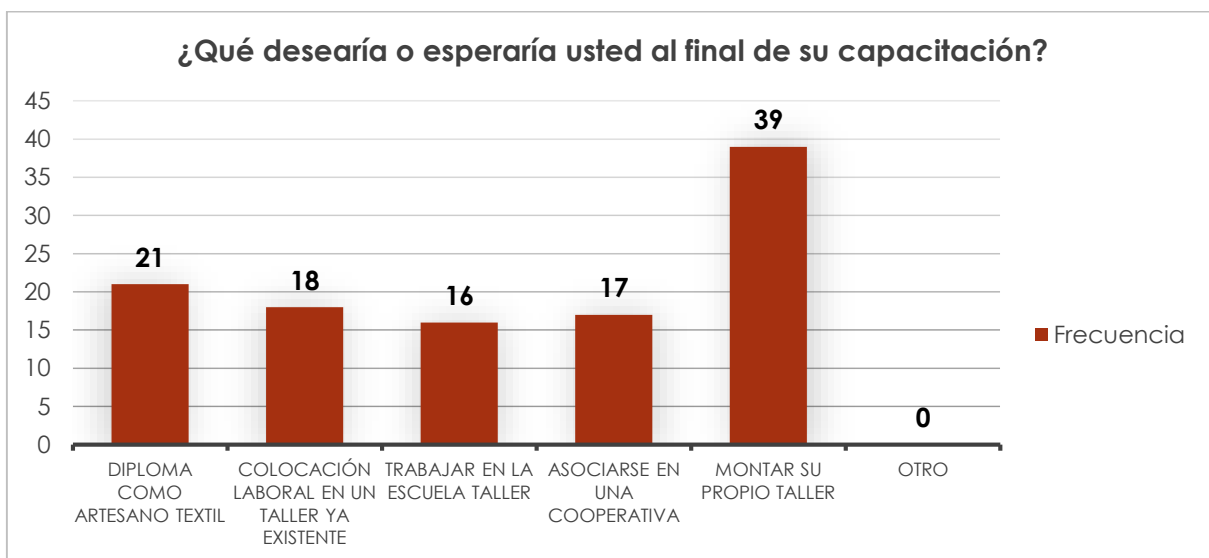
El 68% equivalente a 70 personas interesadas en aprender o mejorar sus habilidades como artesanos textiles señalan que los fines de semana es el horario que les resultaría más conveniente para poder asistir al curso de formación, mientras que un 17% (17 personas) indican que el horario más conveniente para poder asistir a las clases que los formen como artesanos textiles es un horario Matutino y solamente un 15% (15 personas) seleccionaron un horario Vespertino como el más conveniente para poder asistir a las clases donde se les forme como artesano textil.

Estos resultados se deben a que la mayor parte de los encuestados estudia y trabaja, por lo tanto, según los resultados obtenidos les resulta más conveniente asistir los fines de semana.

**16. ¿Qué desearía o que esperaría usted al final de su capacitación como artesano textil?**

Espera al final de capacitación	Frecuencia Total
Diploma como artesano textil	21
Colocación laboral en un taller ya existente	18
Trabajar en la escuela taller	16
Asociarse en una cooperativa	17
Montar su propio taller	39
Otro	0
<b>Total</b>	<b>111</b>

Tabla 46 Lo que espera a final de la capacitación



Gráfica 20 Lo que esperan al final del curso

Al momento de consultar a las personas interesadas en aprender el oficio de artesano textil sobre qué es lo que desean o esperan al final de la su capacitación 39 de estas respondieron que desean o esperan montar su propio taller, 21 personas esperan recibir un diploma que los acredite como artesanos textiles, 18 personas desean obtener una colocación laboral en un taller ya existente en el municipio,

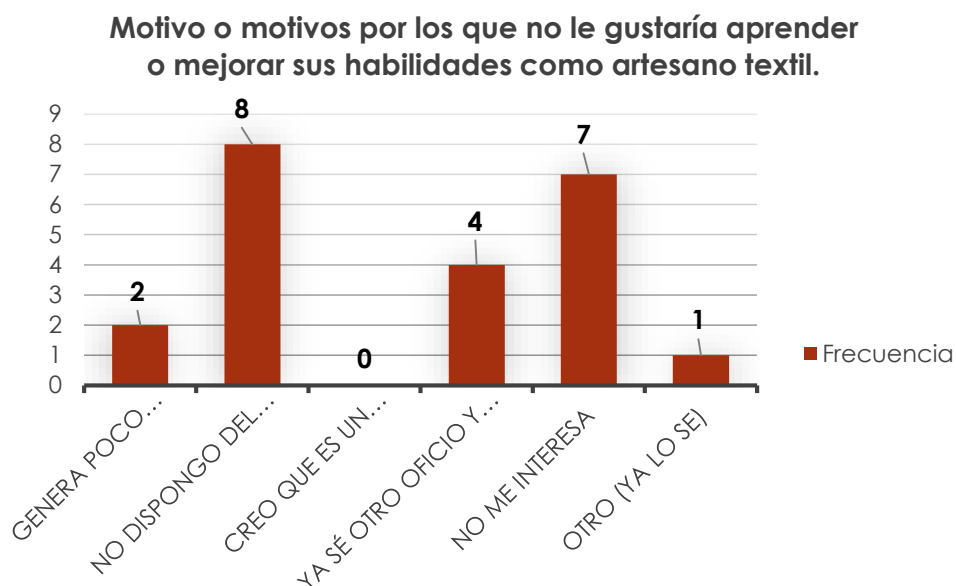
17 personas esperan asociarse en una cooperativa de artesanos y 16 personas de las consultadas desean o esperan trabajar en la escuela taller ya sea como facilitador en el área de formación o como artesano textil en el área de producción.

La mayoría de jóvenes interesados en aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil, espera al final de su capacitación poder montar su propio taller, además de tener un diploma que los acredite como artesanos textiles, esto permitiría dinamizar la economía, y mejorar el desarrollo del municipio, dando mayores oportunidades a los jóvenes de insertarse a el ámbito productivos y rescatar el patrimonio cultural que caracteriza a este.

**17. ¿Por qué motivo o motivos no le gustaría a usted aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?**

<b>Motivo porque no le gustaría aprender o mejorar</b>	<b>Frecuencia Total</b>
Genera poco ingreso económico	2
No dispongo del tiempo necesario	8
Creo que es un trabajo para personas de la tercera edad	0
Ya sé otro oficio y me dedico a él	4
No me interesa	7
Otro (ya lo sé)	1
<b>Total</b>	<b>22</b>

Tabla 47 Motivos por los que no le gustaría aprender o mejorar el oficio.



**Gráfica 21 Motivos por los que no les gustaria aprender el oficio de artesano textil**

En 8 ocasiones se señala el no disponer de tiempo como motivo por el cual no le gustaría aprender el oficio de artesano textil, 7 ocasiones fue señalado el motivo no me interesa, 4 ocasiones los encuestados respondieron que ya saben otro oficio y se dedican a él, en 2 ocasiones se señala que el oficio genera pocos ingresos económicos como motivo por el cual no aprenderlo y solamente una ocasión se menciona otro motivo para no aprender, mientras que nadie de los encuestados a los cuales no les gustaría aprender el oficio de artesano textil señalo que este sea un trabajo para personas de la tercera edad como motivo por el cual no aprender.

Los principales motivos por lo que los jóvenes no desean aprender ni mejorar el oficio porque no disponen de mucho tiempo y no es un oficio que les interese, pero los resultados obtenidos muestran que hay un interés en aprender el oficio artesano textil, puesto que los jóvenes que no quiere mejorarlo es un 4% y los que no desean aprenderlo es un 20%, siendo un mayor porcentaje os que desean aprenderlo o mejorar sus habilidades como artesano textil.



#### 4.1.3.1 Matriz de Resultados

Hipótesis Relacionadas	Preguntas	Resultados
<b>Objetivo Especifico</b>		
<b>Conocer sobre el género, edad y lugar de residencia del encuestado.</b>		
	Género	El 60% de la población encuestada es del género masculino
	Edad	Los jóvenes encuestados se encuentran entre los 16 y 19 años con un 45%
	En qué zona del municipio reside	El 72% proviene de la zona rural del Municipio de San Sebastián
<b>Saber la ocupación de los encuestados, con el fin de conocer la oportunidad de aceptación de la escuela taller artesana textil.</b>		
• La mayoría de jóvenes entre 16-35 años trabaja o estudia	¿Actualmente cuál es su ocupación?	43% de los encuestados estudia con una cantidad igual aproximadamente un 40% de jóvenes que trabajan, por lo tanto, la hipótesis se cumple.
<b>Indagar sobre el nivel académico que posee los jóvenes encuestados del municipio de San Sebastián</b>		
• Los jóvenes entre 16-35 años han realizado sus estudios hasta bachillerato	¿Cuál es su nivel de escolaridad?	El 63% de la población total cuenta con un nivel académico de bachillerato, se cumple la hipótesis.
<b>Conocer la importancia de que tiene el oficio artesano textil, con el fin de identificar el valor que representa para los jóvenes la práctica de éste en el municipio de San Sebastián.</b>		

<p>• El oficio Artesano textil representa para los jóvenes una fuente de trabajo, que propicia el desarrollo del Municipio.</p>	<p>¿Qué tan importante considera usted los talleres de telares que existen en el municipio?</p>	<p>78% de la población total encuestada considera que los telares de San Sebastián son muy importantes.</p>
	<p>¿Qué representan para usted los telares en San Sebastián?</p>	<p>91 de las personas consideran que los telares de San Sebastián representan una tradición cultural, esta hipótesis no se cumple, puesto que para los jóvenes los talleres existentes en el Municipio de San Sebastián son importantes, pero mayoritariamente representa una tradición cultural.</p>
<p><b>Definir el porcentaje de jóvenes que han recibido capacitación del oficio artesano textil y su nivel de conocimiento</b></p>		
<p>• Muchos de los artesanos existentes en el municipio no saben el oficio completo, debido a la falta de capacitación en el oficio textil artesanal.</p>	<p>¿Ha recibido usted clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil?</p>	<p>80% de la población total no ha recibido ningún tipo de capacitación sobre el oficio artesano textil, se cumple la hipótesis</p>
	<p>¿Qué institución fue la encargada de brindarle su capacitación?</p>	<p>Del 20% de jóvenes que han sido capacitados, el 42% de la población total ha sido capacitado en talleres particulares.</p>
<p><b>Conocer cuántos de los jóvenes que saben el oficio ya sea de manera parcial o total trabaja en el oficio.</b></p>		

<b>• Pocos jóvenes trabajan en el oficio artesano textil</b>	¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca del oficio?	El 63% de la población que contesto que si había recibido capacitación saben el oficio de forma parcial.
	¿Trabaja en el oficio artesano textil?	El 79% de los jóvenes que si han recibido capacitación no trabajan en el oficio artesano textil.
	¿En qué modalidad trabaja como artesano textil?	El 60% de los jóvenes que trabajan en el oficio de artesano textil lo hace de forma parcial.
	¿Si sabe realizar el oficio, por qué motivo o motivos no trabaja usted como artesano textil?	El 53% de los jóvenes que no trabajan en el oficio de artesano textil tienen otros motivos como falta de tiempo, se dedican a otro oficio estudia o trabajan, por lo que la hipótesis se cumple.
<b>Indagar acerca del interés de las personas del municipio en capacitarse en el oficio textil artesanal con el propósito de definir la posible demanda que tendrá la Escuela Taller en el municipio.</b>		
<b>• Jóvenes en el Municipio de San Sebastián están interesados en capacitarse en el oficio de artesano Textil.</b>	¿Le gustaría mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?	96% de los jóvenes que han recibido algún tipo de capacitación si quiere mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil.
	¿Le gustaría aprender el oficio de artesano textil?	El 80% de los jóvenes que jamás han recibido algún tipo de capacitación les gustaría aprender el oficio de artesano textil.

	¿Qué lo motiva a usted para interesarse a aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?	53 de los jóvenes que desean aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil, lo hacen por motivos de aprender algo nuevo.
	Atributo que asocia al oficio	75% de los jóvenes que desean aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil consideran que el atributo que más representa el oficio artesano textil es la tradición cultural
	¿En caso que usted asistiera a clase donde se le enseñe el oficio de artesano textil que horario le resultaría más conveniente?	El 69% de los jóvenes que desean aprender o mejorar sus habilidades en el oficio como artesano textil, el horario que les resulta más conveniente son los fines de semana.
	¿Qué desearía o que esperaría usted al final de su capacitación como artesano textil? Seleccione una o más.	21 jóvenes que desean aprender o mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil, al final del curso esperan obtener un diploma como artesano textil, por lo tanto, la hipótesis se cumple.

Identificar posibles causas de la problemática, que han propiciado el desinterés de aprender y practicar el oficio artesano textil por parte de los jóvenes.		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el Municipio de San Sebastián, la mayoría de las personas que se dedican al oficio textil artesanal son adultos mayores, generando a futuro pérdida del patrimonio, debido a la falta de interés de los jóvenes en aprender y practicar el oficio.</li> </ul>	<p>¿Por qué motivo o motivos no le gustaría a usted aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?</p>	<p>8 de las personas que respondieron que no les gustaría aprender el oficio como artesano textil, dijeron que es por falta de tiempo, esta hipótesis no se cumple, pues solamente un 20% de la población encuestada no está interesada en aprender el oficio de artesano textil</p>

Tabla 48 Resumen de Resultados de mercado abastecedor

#### **4.1.3.2 Proyección de demanda de Escuela taller**

##### **Pronóstico de la demanda**

Un elemento fundamental de una buena planeación de la comercialización consiste en pronosticar con la mayor exactitud la demanda de un producto o servicio. El pronóstico de la demanda es estimar las ventas de un producto/servicio durante determinado periodo futuro.

El pronóstico de la demanda da origen a varias clases de proyecciones. Por ejemplo, un pronóstico puede referirse a una industria entera, a una línea de productos o bien a una marca individual. Puede aplicarse a la totalidad de un mercado o a un segmento en particular. La estimación puede basarse en factores generales o en un plan específico de comercialización. Por lo tanto, para que un pronóstico se entienda y sea útil, es importante aclarar exactamente qué cosa describe. El resultado del pronóstico de la demanda es un pronóstico de ventas, que abarcar un periodo de un año.

¿Qué importancia tiene el pronóstico de ventas? Constituye el fundamento de la elaboración de presupuestos y de la planeación operativa en todos los departamentos de la compañía: mercadotecnia, producción y finanzas. Por lo que es importante efectuarlo con la mayor precisión posible.

Las técnicas de pronósticos estadísticos son ampliamente utilizadas en la Administración de sistemas de producción e Inventarios y también son frecuentemente utilizados en el control de calidad, administración financiera, mercadeo, análisis de inversiones, entre otras.

Estos datos son utilizados en los procesos de toma de decisiones con la finalidad de reducir el riesgo. Se puede decir, que los pronósticos son predicciones del estado de la naturaleza o las consecuencias que ocurrirán, manifestados en términos de un punto estimado o de una distribución de probabilidad.

Los métodos de pronósticos pueden clasificarse en dos categorías, cualitativas o intuitivas y cuantitativas. Dependiendo de la intensidad con que se utilizan los métodos matemáticos y estadísticos utilizados para obtener el pronóstico.

- **Los Procedimientos Cualitativos**

Se utilizan principalmente cuando los datos son escasos o no se encuentran disponibles. Se utilizan juicios humanos y esquemas de clasificación para convertir información cualitativa en estimados cuantitativos. Las técnicas varían desde la toma de decisiones por opiniones individuales de paneles de expertos donde se discute el pronóstico en una reunión con la idea que varias personas pronostican mejor que una, hasta la toma de decisiones de un grupo de expertos con la técnica Delphi, la cual se basa en el uso de cuestionarios para recopilar información

- **Los Procedimientos Cuantitativos o Estadísticos**

Definen explícitamente como se determina el pronóstico, el procedimiento es estrictamente matemático. La técnica se basa en datos históricos y en la suposición de que el proceso es estable. Este tipo de pronósticos se puede clasificar en dos categorías:

**Modelos de Series de Tiempo:** Se basan en datos históricos y se concentran completamente en patrones de datos y en cambios de dichos patrones. Algunos tipos de modelos de análisis de series de tiempo en orden creciente son:

1. Proyecciones De Tendencia: Acomoda una línea de tendencia a una ecuación matemática y posteriormente
2. Promedios Móviles: Se basa en el cálculo de promedio aritmético o promedio ponderado de un número consecutivo de datos anteriores de la serie.
3. La Técnica de Suavización Exponencial: Es similar los pronósticos móviles, excepto que a los datos más recientes se les da más peso. El promedio móvil es poco atractivo ya que a todos los datos se le dan pesos iguales en vez de darle más peso a los datos más recientes, solamente parte de los datos

pasados se utilizarán para realizar el pronóstico y se deben tener una gran cantidad de datos de periodo a periodo para hacer el pronóstico.

- **Modelos Causales:** Trata de definir relaciones entre elementos de un sistema. Este modelo es la clase más sofisticada de herramienta de pronóstico, ya que es en esencia una descripción matemática del proceso en cuestión.

Los criterios que se tomaran en cuenta para realizar la proyección es la siguiente:

1. Proyecciones de años 2019-2023 tomado de Estimaciones y Proyecciones de Población Municipal 2005-2025 realizado por la Dirección General de Estadísticas y Censos, Fondo de población de las Naciones Unidas El Salvador y CEPAL, revisión 2014.

Año	Población
2019	15,937.00
2020	16,034.00
2021	16,129.00
2022	16,220.00
2023	16,307.00

**Tabla 49 Proyección de Población del Municipio de San Sebastián**  
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de DIGESTYC.

2. Se tomó una representación de jóvenes de la edad de 16 a 35 años del 36.72%, tomando como contantes este porcentaje, puesto que no se cuentan con datos históricos para poder proyectar el crecimiento de este segmento, además se consideran que la variación será mínima a lo largo de los años proyectados.

Año	Población	Porcentaje en rango de edad	Población de 16 a 35 años
2019	15,937.00	36.72%	5,851.64
2020	16,034.00	36.72%	5,887.26
2021	16,129.00	36.72%	5,922.14
2022	16,220.00	36.72%	5,955.55
2023	16,307.00	36.72%	5,987.50

**Tabla 50 Proyección de población de Jóvenes entre 16 a 35 años**



3. De los jóvenes encuestados el 20% ha recibido algún tipo de capacitación el oficio artesano textil y el 80% restante no ha recibido ningún tipo de capacitación en el oficio.

Año	Población de segmento	% de jóvenes que han recibido capacitación	Jóvenes que ha recibido alguna capacitación del oficio	% jóvenes que no saben el oficio	Jóvenes que no saben el oficio
2019	5851.64	20%	1,170.33	80%	4,681.31
2020	5887.26	20%	1,177.45	80%	4,709.81
2021	5922.14	20%	1,184.43	80%	4,737.71
2022	5955.55	20%	1,191.11	80%	4,764.44
2023	5987.50	20%	1,197.50	80%	4,790.00

Tabla 51 Población potencial de Jóvenes que poseen o no conocimientos del oficio artesano textil

4. La proyección de jóvenes que han recibido alguna capacitación en el oficio artesano textil el 96% de ellos desea mejorar sus habilidades en el oficio, la demanda potencial proyectada de este segmento es la siguiente:

Año	Jóvenes que ha recibido alguna capacitación del oficio	% de jóvenes que quieren mejorar sus habilidades en el oficio	Jóvenes que quieren mejorar sus habilidades en el oficio
2019	1,170.33	96%	1,123.52
2020	1,177.45	96%	1,130.35
2021	1,184.43	96%	1,137.05
2022	1,191.11	96%	1,143.47
2023	1,197.50	96%	1,149.60

Tabla 52 Población potencial de Jóvenes que desean mejorar sus habilidades en el oficio artesano textil

5. De los jóvenes que no han recibido ningún tipo de capacitación en el oficio artesano textil el 80% desea aprender el oficio, la demanda potencial de este segmento es la siguiente

Año	Jóvenes que no saben el oficio	% jóvenes que les gustaría aprender el oficio	Jóvenes que quieren aprender el oficio
2019	4,681.31	80%	3,745.05
2020	4,709.81	80%	3,767.85
2021	4,737.71	80%	3,790.17
2022	4,764.44	80%	3,811.55
2023	4,790.00	80%	3,832.00

Tabla 53 Demanda potencial de Jóvenes que desean aprender el oficio

El total de la demanda Potencial es la siguiente:

Año	Jóvenes que quieren mejorar sus habilidades en el oficio	Jóvenes que quieren aprender el oficio	Demanda potencial
2019	1,123.52	3,745.05	4,868.00
2020	1,130.35	3,767.85	4,898.00
2021	1,137.05	3,790.17	4,927.00
2022	1,143.47	3,811.55	4,955.00
2023	1,149.60	3,832.00	4,981.00

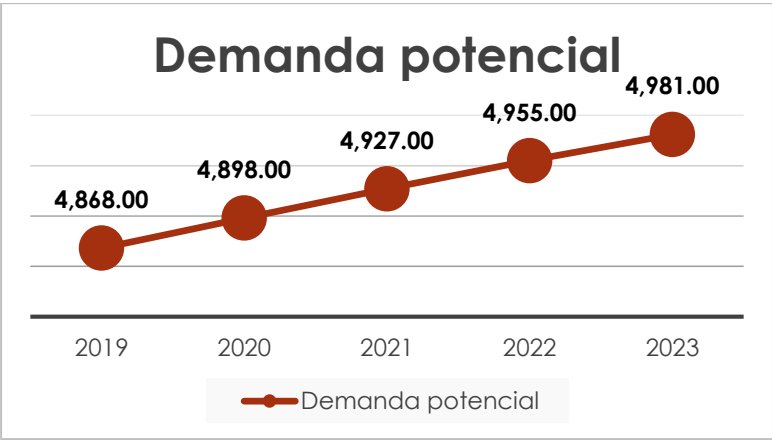
Tabla 54 Demanda Potencial de la Escuela Taller

Según la encuesta realizada a los jóvenes del municipio de San Sebastián el 17% de los jóvenes les resulta más conveniente asistir en horas matutinas, un 15% en turno vespertino y un 69% los fines de semana; de acuerdo a esto la demanda potencial por turnos queda de la siguiente manera:

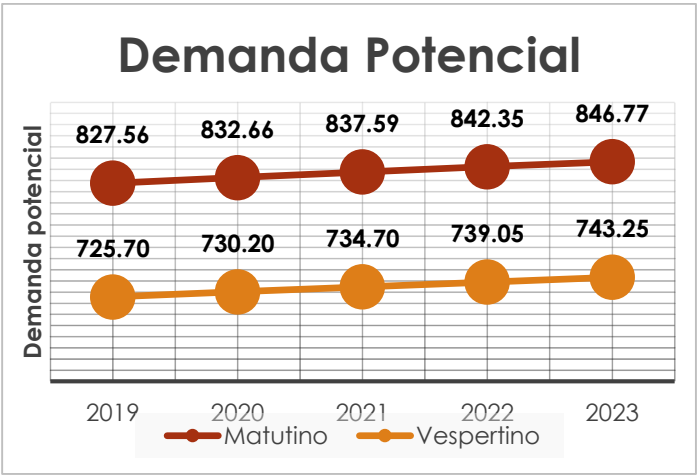
Año	Demanda potencial	% matutino	Matutino	% vespertino	Vespertino	% Fines de semana	Fines de Semana
2019	4,868.00	17%	827.56	15%	730.20	69%	3,358.92
2020	4,898.00	17%	832.66	15%	734.70	69%	3,379.62

<b>2021</b>	4,927.00	17%	837.59	15%	739.05	69%	3,399.63
<b>2022</b>	4,955.00	17%	842.35	15%	743.25	69%	3,418.95
<b>2023</b>	4,981.00	17%	846.77	15%	747.15	69%	3,436.89
<b>2024</b>	5,007.00	17%	851.19	15%	751.05	69%	3,454.83
<b>2025</b>	5,032.00	17%	855.44	15%	754.80	69%	3,472.08

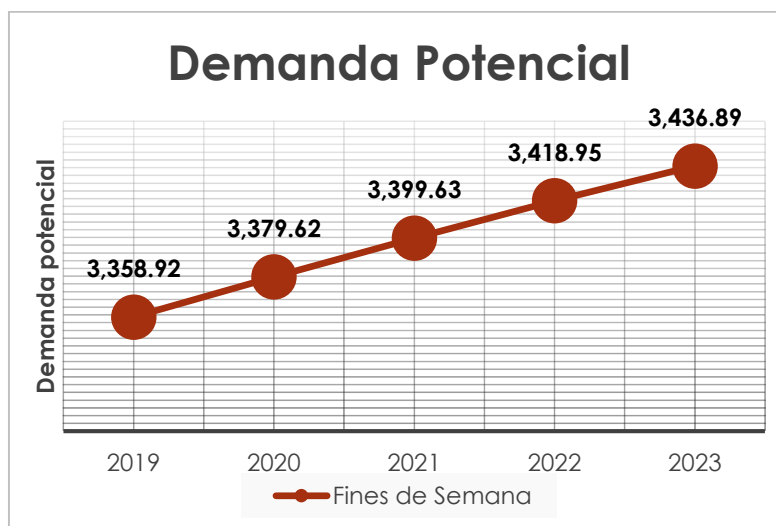
Tabla 55 Demanda potencial por turno



Gráfica 22 Demanda potencial



Gráfica 23 Demanda potencial Turno matutino y vespertino



Gráfica 24 Demanda potencial para turno fines de semana

#### 4.1.3.3 Perfil de Mercado abastecedor de la escuela

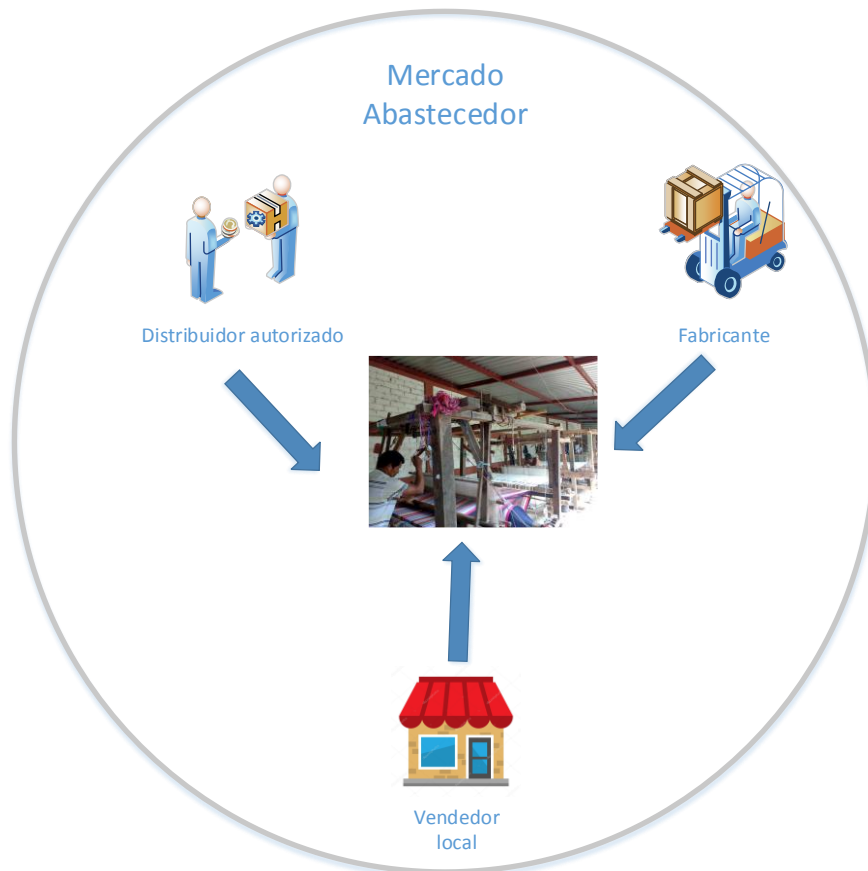
<b>Genero</b>	Indiferente
<b>Rango de edad</b>	16-35 años
<b>Lugar de Residencia</b>	Municipio de San Sebastián, San Vicente
<b>Nivel de escolaridad</b>	Saber leer y escribir
<b>Ocupación</b>	Indiferente
<b>Conocimientos del oficio</b>	Jóvenes con conocimientos parciales o sin conocimientos del oficio artesano textil
<b>Horario</b>	Disponibilidad de tiempo en turno matutino, vespertino o fines de semana.

Tabla 56 perfil de abastecedor de escuela

## 4.2 Mercado Abastecedor para el Taller

Para el mercado abastecedor para el taller se define a productor, comercializador y distribuidor de hilo crudo de algodón que operen en El Salvador.

El mercado abastecedor del taller está compuesto por tres canales:



**Ilustración 10 Mercado abastecedor**

Un hilo es una hebra larga y delgada de un material textil, especialmente la que se usa para coser. La mayor parte de las fibras textiles, salvo la seda y las fibras sintéticas, no exceden de algunos centímetros de longitud, por lo que es necesario el proceso de hilado. Los hilos se emplean ampliamente en la industria textil para coser, tejer, etc.

Algunos conceptos importantes a definir son las siguientes:

**El Título de un hilo:** Un hilo o hilado está caracterizado por el “título” que indica su grosor. El título o número de un hilo es la relación que existe entre el peso y la longitud de este hilo, siendo el primero fijo y el otro variable.

Eje:

En algodón 30/1 significa:

- 30 es el título del hilo
- 1 es el número de cabos o hebras

Por eso si tengo:

30/2 quiere decir que hay 2 cabos de título 30, dando como título resultante un 15 (más grueso) Eje: tengo 30/1 y 24/1, el hilo más grueso es el 24/1, es decir a menor número el hilo es más grueso.

**EL TEX:** Es el peso en gramos de un kilómetro, de hilo, corresponde a: 1 000 Nm

**El Denier:** Esta medida está reservada para la seda y los hilos de materia textil artificial y sintética. El número de deniers corresponde al peso en gramos de 9000 metros de hilo.

**Número métrico (Nm):** El número métrico expresa los miles de metros por kilo de cada cabo, seguido por el número de cabos. El sistema métrico es el más habitual de todos los sistemas descritos.

Por ejemplo, un hilo formado por 2 cabos de 60.000 m/Kg cada uno, se expresa como Nm 60/2. Para conocer el metraje que tiene un kilogramo de hilo, basta con dividir el metraje de un cabo entre el número de cabos que lo forman. Por ejemplo, un 60/2 tendría 30.000 m/Kg y un 60/3 tendría 20.000 m/Kg.

**Número Inglés (Ne):** Es el número de madejas de 840 yardas (768,08 m) que pesan 1 lb (libra inglesa = 451,59 gramos). Se indica luego de una barra puesta a continuación el número de cabos que posee ese hilado. Por ejemplo, algodón Ne 20/1.

Para pasar del sistema inglés al métrico, hay que multiplicar por 1,7. Esta numeración ha sido siempre la habitual para hilados de algodón. Un ejemplo para la conversión de títulos mencionada es: un hilo de algodón Ne 30/1 equivale a un título Nm 50/1.

En la investigación se busca recolectar información referente a:

- **¿Quiénes son las empresas productoras y comerciantes de hilos en el país?**
- **¿Tipos de hilo disponibles en el mercado?**
- **¿Cantidad de mínima de compra de hilo?**
- **¿Precios de hilo por unidad de medida y su precio al adquirir al mayoreo?**
- **¿Formas de pago?**

Con lo que se pretende:

- **Recolectar información acerca de empresas productoras y comercializadoras de hilo.**
- **Distinguir los tipos de hilo existentes en el mercado, que son utilizados en el oficio artesano textil.**
- **Conocer los precios de hilo en el mercado abastecedor.**
- **Investigar la cantidad mínima para realizar pedidos de hilo y las formas de pago.**

#### **4.2.1 Definición del mercado abastecedor o proveedor**

El Mercado Proveedor es el conjunto de empresas que operan en el mercado local ya sea como productores, comerciantes y distribuidores de hilo.

El Mercado Proveedor, como todos los mercados, es dinámico. Su equilibrio puede ser modificado debido al ingreso de una nueva empresa compradora. Por ejemplo, un aumento en la cantidad de insumos demandados puede generar un aumento del precio de los mismos. Esto provocará una disminución en los márgenes de las empresas y en sus rentabilidades. Debe quedar claro que el estudio de los precios y las cantidades ofertadas por los proveedores se deben analizar, no sólo en la

situación actual, sino bajo la influencia del proyecto en funcionamiento, lo cual corresponderá a quien lo ejecuta y cumplir con uno de los aspectos motivantes del proyecto como lo es generar a partir del capital humano que se genere de la escuela el surgimiento de emprendimientos sostenibles.

Al análisis de precios y cantidades se le debe sumar el estudio de las condiciones de crédito, los plazos de entrega y cumplimiento de los mismos. A veces, en los proyectos altamente dependientes de los insumos y con pocos proveedores, es necesario realizar un estudio sobre la salud financiera de los mismos para evitar faltantes de insumos por quiebra, pero lograr esto supone ampliar el campo de estudio, por lo cual no se analizará la información que se obtiene de los proveedores que han colaborado con el estudio.

#### **4.2.2 Selección de Técnica de Muestreo**

Para el presente estudio se seleccionará Muestreo no probabilístico; las unidades se escogen utilizando métodos en los que no se utiliza el azar.

La técnica más utilizada es el muestreo consecutivo, que consiste en seleccionar a los individuos que cumplen los criterios de selección, a medida que acuden a la consulta en un período determinado.

Para lo cual se hará uso de consultas a fuentes de información para localizar a proveedores de hilo en el área metropolitana de San Salvador o en las cercanías.

- **Fuentes de información secundaria:** Páginas amarillas, Internet, redes sociales.
- **Fuentes de información primaria:** Consulta a distribuidores, fabricantes y talleres del municipio de San Sebastián.

#### **4.2.3 Selección y Diseño de Instrumento**

Para la recolección de datos para el mercado abastecedor de hilos se utilizó una entrevista libre la cual no se basa en preguntas con un orden establecido si no es que es más parecido a una conversación donde las preguntas surgirán de las



respuestas del candidato. Esta modalidad permite que el candidato sea más espontáneo y pueda mostrar sus habilidades comunicativas.

La entrevista es una técnica cualitativa de recogida de información en la que participan dos individuos (aunque pueden participar más). Ésta no se considera una conversación informal, pues tiene una intencionalidad, un objetivo.

#### **4.2.4 Identificación y ubicación geográfica de los posibles abastecedores de materia prima**

| Los proveedores de materia prima deben estar situados a una distancia considerablemente cercana, no mayor de 80 km de ruta de conducción. Esto debido a que el transporte aumenta el costo de la materia prima en el caso de que sea el mismo comprador quien deba ir a transportar el material, de igual manera los costos a los que se compran a un distribuidor son considerablemente más altos.

#### **4.2.5 Aspectos que se consideraran para seleccionar a un proveedor**

Se van a tener en cuenta los siguientes aspectos:

- Identificación de las materias primas que puedan sustituir a las utilidades normal y regularmente.
- Determinación de los precios y condiciones de compra de las materias primas.
- Descripción de sistemas alternativos de compra.
- Explicación de los sistemas de transporte que están siendo empleados o que pueden ser utilizados para la movilización de las materias primas, incluyendo las dificultades y facilidades existentes.
- Determinación del grado de certeza o seguridad que existe en relación con un abastecimiento regular, para atender las necesidades normales a corto, mediano y largo plazo.
- Investigación acerca de las leyes o regulaciones especiales que afecten positiva o negativamente el comercio de los insumos.

- Anotación de otros aspectos importantes de acuerdo con las características específicas del proyecto.

#### **4.2.6 Recolección de información secundaria**

##### **4.2.6.1 Abastecedores en el Mercado**

**HILO<sup>13</sup>**

**HILOSA (INDUSTRIA DE HILOS S.A. DE C.V.)<sup>14</sup>**

---



Hilosa es una compañía dedicada a proveer productos y servicios de la industria textil.

La empresa cumple altos estándares de calidad. Hilosa, presenta una estructura de organización simple: Hilosa, es fabricante de hilo de algodón, poliéster y mezclas de algodón y poliéster, provee hilo para la industria de tejido plano y circular. La empresa ha formado una división para cada uno de los productos que ofrece.

#### **Breve reseña de la compañía**

Su herencia data desde mayo de 1973 cuando comenzaron a producir hilos de Poliéster en la planta actual en El Salvador, Centro América. La dedicación a la calidad de Hilosa es uno de sus valores característicos. A través de las inversiones

---

<sup>13</sup> <https://sv.all.biz/hilos-de-coser-bgg1074388>

<sup>14</sup> <http://www.industriadehilos.com/>

en tecnología, han continuado incrementando el valor agregado para sus clientes, produciendo con la mayor calidad posible a precios competitivos.

Además, la dedicación a la calidad y enfoque a la innovación, los ha llevado a ser el principal productor de hilo de anillo para clientes.

Hilosa no solo provee sus servicios al mercado local, sino que mantiene ventas a través de los Estados Unidos de Norteamérica, Centro y Sur América y el Caribe.

### Datos de la empresa

- ✓ Dirección: Carretera Panamericana, Km 11 1/2 y final 4a Ave. Norte. Ilopango, El Salvador, Central América.
- ✓ Telephone: [503] 2295-1999
- ✓ Fax: [503] 2295-0789
- ✓ Email: sales@industriadehilos.com

### Productos con los que cuenta

#### Hilo de Coser

Hilosa ha sido el productor líder de hilos de coser en Centro América. Nuestra calidad y colores hablan por sí solos.

#### Hilo Tejido Plano

La formación de una división exclusiva para el hilo de tejido plano, permite a Hilosa ser 100% enfocado al cliente. En Hilosa nos enfocamos a tener niveles de calidad, entregas y servicios de calidad mundial para nuestros clientes.

Títulos (Ne) y Mezclas para hilo de anillo de tejido plano		
100%	Poliéster	8/1 - 40/1
100%	Algodón	8/1 - 45/1

<b>35/65</b>	Poliéster/Algodón Peinado	8/1 - 45/1
<b>45/55</b>	Poliéster/Algodón Peinado	8/1 - 45/1
<b>25/75</b>	Poliéster/Algodón Peinado	8/1 - 45/1
<b>100%</b>	Algodón (x) Cabos	8/1 - 40/1

Tabla 57 Título y tipo de hilo

También ofrece un rango de hilos desde 2 - 10 cabos.

### Hilo Tejido Circular

En nuestras instalaciones para hilo de tejido circular, la calidad y el tiempo de producción son los más competitivos. La tecnología usada en la planta es la más moderna a nivel mundial, lo cual nos da la posibilidad de servir a nuestros clientes a su entera satisfacción.

Títulos (Ne) y Mezclas de Hilo de Anillo para Tejido Circular		
<b>100%</b>	Poliéster	4/1 - 40/1
<b>100%</b>	Algodón	8/1 - 34/1
<b>25/75</b>	Poliéster/Algodón (Cardado o Peinado)	8/1 - 45/1
<b>35/65</b>	Poliéster/Algodón (Cardado o Peinado)	8/1 - 45/1
<b>45/55</b>	Poliéster/Algodón (Cardado o Peinado)	8/1 - 45/1
<b>100%</b>	Algodón (x) cabos	8/1 - 40/1

Tabla 58 Tipo de hilo disponible

## INDUSTRIAS JOVIDA DE EL SALVADOR<sup>15</sup>



### Breve reseña de la compañía

Industrias Jovida S. A. de C. V. se ha estado especializando en la fabricación de hilos de costura por más de 30 años. Basado originalmente en Taiwán y China, la planta ahora centralmente está situada en la Zona Franca La Concordia, Jiquilisco, Usulután, El Salvador.

Cuenta con oficinas y los almacenes en San Salvador, El Salvador y San Pedro Sula, Honduras.

Establecido en El Salvador desde el 2002, la compañía emplea actualmente a 120 trabajadores con las exportaciones de hilos de costura y servicios de teñido a El Salvador, Honduras, Nicaragua y Guatemala.

### Datos generales de la compañía

✓ **Dirección:**

**San Salvador:** Zona Industrial Santa Elena, Calle Siemens No. 63, 1ra planta, Antiguo Cuscatlán La libertad.

✓ **Tel** 2278-9303

✓ **Fax** 2278-9710

### Productos y servicios

---

<sup>15</sup> <http://www.jovidasal.com/index.html>

Provee varios tipos de hilos para costura por ejemplo los hilos de costura hechos 100% poliéster, desde el NE más grueso 20/9 (usados para los bolsos que incluye la costura o los wholes o el botón de los pantalones vaqueros) o NE más fino 60/2 (usado para coser las telas finas para las camisas).

Tienen otros disponibles para varios usos y son: NE 20/6, 20/4, 20/3, 20/2, 30/2, 30/3, 40/2, 40/3, 50/2, y 60/3.

Tienen hilaza e hilos texturizados en 100% poliéster 75D/1, 150D/1, 200D/1, 300D/1 (usados para coser, para las cuerdas del trenzado, para puntos de los calcetines, para el tejido de las etiquetas, de elástico y grabados etc.)

Tienen hilos de bordado 100% poliéster 120D/2 conveniente para el bordado que necesita un tratamiento especial, y el bordado de 100% Rayón 120D/2 que tiene colores brillantes y un final suave.

La línea de los hilos de poliéster/Corespun proporciona la fuerza excelente para una costura más resistente, éstas se proporcionan en NE 35/2, 30/2, 20/2, y 20/3.

Los hilos de 100% algodón en blanco natural lo proporcionamos en NE 30/2 y el NE 35/2.

Los hilos de costura están disponibles en el origen de Asia, el origen de Cafta y los EE.UU. origen de acuerdo a los requisitos de los clientes.

Categoría de productos	Detalle
Hilo Spun Polyester	Hilo Spun Polyester 40/2, 40/3, 30/2
Hilo texturizado	Hilo Tex (Torsión) Tex 18, Tex 24
Hilo texturizado sin torsión	Hilo Tex (sin torsión) 100d/1, 150d/1, 300d/1

**Tabla 59 Categoría de productos.**



### **Breve reseña de la compañía**

Distribuidora Ponce, S. A. de C. V. es una empresa familiar fundada en 1977 por don Jorge Alberto Ponce, que inicialmente se dedicaba exclusivamente a la distribución de hilos y elásticos, producidos en el país.

La empresa, que se convirtió en sociedad anónima en 1993, ahora comercializa más de 80 líneas de productos para la confección, tanto del área centroamericana como importados de diversos países.

### **Datos generales de la compañía**

- ✓ Dirección: Centro Comercial Bosques del Matazano 2, local 19, Soyapango, San Salvador, El Salvador
- ✓ Teléfono: PBX: (503) 2201-2300
- ✓ Correo electrónico: [ventas@poncetextil.com](mailto:ventas@poncetextil.com)

### **Hilos**

*Hilo de coser polyester 70/2*

- ✓ 12000 yardas, 6000 yardas y 500 yardas, en variedad de colores

*Hilo polyester 12/5*

---

<sup>16</sup> <http://poncetextil.com/?>

- ✓ En ovillos de 8 onzas, amplia gama de colores

*Hilo polyester para tejer, 75D/36R row white*

**TEXTUFIL S.A. DE C.V.<sup>17</sup>**

---



### **Breve reseña de la compañía**

TEXTUFIL fue fundado en 1972. Es una empresa familiar dirigida por su presidente Jorge Elías Bahaia y con el apoyo de hijos y nietos. En su inicio se producían hilos texturizados de nylon y polyester, que eran distribuidos en el mercado nacional y centroamericano. Como parte de su integración vertical y para satisfacer la demanda de sus consumidores y clientes, se decidió elaborar tela terminada, teñida y estampada, de acuerdo a las exigencias de la moda y preferencia de los clientes, producción de hilos para coser, hilandería de algodón y mezclas, hilandería para algodón cardado y peinado, tejido de punto y fabricación de telas deportivas.

### **Datos generales de la compañía**

- ✓ Dirección: 12 Avenida. Sur, Soyapango, El Salvador, Centroamérica.
- ✓ Teléfono: (503) 2277-0066
- ✓ Fax: (503) 2227-2308
- ✓ Email:
  - [info@textufil.com](mailto:info@textufil.com)

---

<sup>17</sup> <http://www.textufil.com/index.php?lang=es>



- [ventas@textufile.com](mailto:ventas@textufile.com)
- [compras@textufile.com](mailto:compras@textufile.com)
- [recursoshumanos@textufile.com](mailto:recursoshumanos@textufile.com)

## **Productos**

### **Descripción**

- 40/2 Ne - 100% polyester, en cualquier Tamaño y Color
- 50/3 Ne - 100% polyester, en cualquier Tamaño y Color
- 150/1 Ne - Texturizado 100%
- polyester en tonos: Natural, Blanco y Colores

Productores de hilazas de algodón 100%, mezclas polyester/algodón, polyester 100%.

Cuentan con un amplio rango de títulos desde el 20/1 hasta el 30/1. Estas combinaciones son para poliéster regular.

Se producen distintos tipos de hilos de fibra sintética y fibra natural (algodón) se producen combinados en distintas proporciones por ejemplo 50% poliéster – 50% algodón, 80% - algodón – 20% poliéster, 85% poliéster - 15% algodón, y 100% algodón, así como 100% poliéster. Estas combinaciones aplican solo para un poliéster normal.

### **Notas:**

- ✓ Estos son precios puestos en la planta, situada en 12 Avenida Sur, Soyapango, sin IVA, por lo que se les debe aumentar el 13% de impuesto IVA.
- ✓ No hay un requisito específico para atender órdenes de clientes.
- ✓ El horario de atención es el siguiente: de lunes a viernes de 8 am a 12 m. y de 2 pm a 6 p.m. y sábados de 8 am a 12 m.

La producción se proyecta en base ventas

- ✓ La empresa realiza ventas pasivas, más del 90% de las ventas totales se hacen bajo una proyección estimada de 3, 6 o 12 meses de anticipación, o sea que, nadie puede llegar con una orden de compra en la mañana y en la tarde recibir la tela o hilo, sino que para que una venta se realice, se estima un tiempo de 5 a 6 semanas para cumplir tu orden de compra, a ese tipo de ventas se les conoce como: pasivas.

#### Compras específicas

- ✓ No hay un mínimo de compra siempre y cuando el hilo a comprar ya una línea de máquinas lo está produciendo ese tipo de título y con las características requeridas en cuanto a combinación de fibras ahí se aprovecha para incorporar el nuevo pedido a la orden de fabricación sin detener las máquinas.
- ✓ En cambio, si no hay en producción en ese momento del hilo requerido se puede exigir que como mínimo el pedido sea de 3,000 libras de hilo, pero esto se puede negociar ya que se pueden hacer pedidos de menos cantidad de hilo de hasta 1,000 libras con el inconveniente que el precio sufre un incremento.
- ✓ Adicional se pueden realizar envíos de hilo por parte de Textufil negociando con los incotrans. Dentro de El Salvador Textufil realiza envíos siempre y cuando el pedido sea mayor a \$1,000.00 en la factura.



### **Breve reseña de la compañía**

Martínez y Saprissa dieron inicio a sus operaciones en 1933 como Martínez y Sagrera instalada donde hoy se ubica el antiguo Banco Central de Reserva de El Salvador en el centro de la Capital Salvadoreña. En sus inicios la planta se dedicaba principalmente a la fabricación de Driles, Gabardina y Manta. En 1945 se separa la sociedad Martínez y Sagrera, quedando como Martínez y Saprissa, enfocándose en fabricación de Driles para dedicarse posteriormente a la fabricación de Lonas y Toldos. Es así como nació nuestra marca MARYSA que hasta hoy se mantiene como una gran familia, liderando el mercado de lonas y toldos, junto a todos sus productos de primera calidad como su serie de hilo.

### **Datos generales de la empresa:**

- ✓ Dirección: Ave. Irazú y calle Limón Col. Costa Rica, San Salvador El Salvador, Centro América.
- ✓ PBX: (503)2527-2500 / VENTAS: (503)2527-2527
- ✓ E-mail: [ventas@lonasmarysa.com](mailto:ventas@lonasmarysa.com)

---

<sup>18</sup> <https://www.lonasmarysa.com/>

## Descripción de producto

### La composición del hilo: Algodón

Dispone de hilos crudos y color (algodón) para procesos artesanales como: elaboración de hamacas, toallas, colchas y otros.

Ofrecemos variedad de colores entre los que usted puede elegir y hacer sus propias combinaciones.

Contamos con hilos: en calibre 9/1 y 4/1, que se apegan a la calidad y resistencia que se requiere para tal fin.

Además, contamos con hilo especial para elaboración de bolsitas de té.

### HMM EL SALVADOR<sup>19</sup>

---



### Datos generales

- ✓ Dirección: Centro Comercial Santorini "B" L-1 Km. 9 1/2, Autopista a Comalapa San Marcos, San Salvador.
  - ✓ PBX: (503) 2565-5000
- 

<sup>19</sup> <http://grupohmm.com/>

- ✓ FAX: (503) 2565-5050

Con relación de distribución comercial para A&E Robison-Anton



## Productos

#122 SUPER BRITE POLYESTER®

- ✓ El hilo líder del mercado.
- ✓ Mini-king ideal para cualquier tipo de máquina.
- ✓ Mini-king superior a los carretes de costura tradicionales.
- ✓ 450 colores con licencia Pantone®.
- ✓ Alta resistencia a la tracción.
- ✓ Brillo súper brillante.
- ✓ Bleach resistente.
- ✓ Calidad superior
- ✓ Verdadero valor.

## Descripción

- ✓ Hilo especial para bobinas de máquinas bordadoras.
- ✓ Alta resistencia y excelente eficiencia.
- ✓ Disponible en 60/2 y 80/2.
- ✓ Conos de 1 kg.

## **IUSA (INDUSTRIAS UNIDAS, S.A. DE C.V.)**

---



Industrias Unidas S.A. cuenta con un proceso integrado y completo en todos los procesos de producción textil, desde la materia prima hasta la tela acabada; pues cuenta en su haber con los procesos de elaboración del hilo, desde el inicio de apertura de la materia prima en el departamento de hilados.

### **Datos generales**

Dirección: Km. 11.5 Carretera Panamericana frente Aduana San Bartolo, Ilopango, El Salvador C.A.

### **Descripción**

Cuentan con una amplia variedad de hilos que van desde los títulos 100/2 hasta 12/1 para uso de consumo interno en nuestra planta textil y para venta principalmente a tejedores de punto.

## Producto disponible en IUSA<sup>20</sup>

IUSA cuenta al 9 de octubre de 2017 con conos de hilo en los diferentes títulos que ofrece la empresa para sus clientes como se detalla en la gráfica siguiente.

INVENTARIO DE HILO EN DEPOSITO																
Inventario actualizado:			09/10/2017													
2017																Notas
Titulo	LOTE	DETALLE	FECHA	Conos	Peso	enero	febrero	marzo	Abril	Mayo	junio	junio	julio	Agosto	Septiembre	Octubre
BM36	2015-7	Hilo 2º R.	09/05/2016	660	5,2	2.868	2.868	2.868	2.932	2.932	3.122	3.443	3.443	3.443	3.443	3.443
BM26	2016-3A	Hilo 2º R.	14/03/2017	72	5,2			376	376	376	376	376	376	376	376	376
EM30	2016-3A	Hilo 2º R.	06/09/2017	840	5,2						65	189	1.136	3.093	4.167	4.418
AM16	2016-3A	Hilo 2º R.	13/06/2017	36	5,2						190	190	190	190	190	190
EM26	2016-3A	Hilo 2º R.	30/08/2017	144	5,2									124	736	736
EM30	2016-3A	Franja	14/09/2017	180	5,2										936	936
EM26	2016-3A	Buenos	14/09/2017	96	5,2										488	488
TOTAL				2.028		2.868,0	2.868,0	5.736	3.308	3.308	6.616	4.198	5.145	7.226	10.336	10.587

Tabla 60 Inventario de hilo, año 2017

Fuente: Departamento de ventas IUSA, ventas@iusa.com.sv

<sup>20</sup> Fuente: Departamento de ventas IUSA, ventas@iusa.com.sv



### **Breve reseña de la compañía**

Industrias Sintéticas de Centroamérica S.A. (INSINCA, S.A.) nace el 26 de mayo de 1966 como la primera empresa textil dedicada a la fabricación de tejidos planos a base de fibras sintéticas y artificiales (poliéster/rayón-viscosa) en El Salvador.

Surge a través de la iniciativa de dos países: El Salvador y Japón. Con una coinversión de El Gobierno Salvadoreño, a través del entonces Instituto Salvadoreño para el Fomento Industrial (INSAFI), actualmente CORSAIN y cuatro empresas japonesas: Toray Industries, Inc., Mitsui Company, Ltd., Chory Company, Ltd., Gisen Company, Ltd.

### **Datos generales**

- ✓ Dirección: Carretera Troncal del Norte, Km 12 ½, Apopa, San Salvador, El Salvador
- ✓ Apartado Postal (06)1254
- ✓ Pbx: +503 2216-0055
- ✓ Fax: +503 2216-0062
- ✓ E-mail: [servicioalcliente@insinca.com](mailto:servicioalcliente@insinca.com)

### **Productos**

---

<sup>21</sup> <https://www.insinca.com/>



- ✓ INSINCA solo venden material de segunda, es decir todo aquel producto que no cumple las especificaciones internacionales y categoría de mayor calidad que ofrece la empresa. Es posible no encontrar en existencias del producto que se requiere comprar y la empresa no fabrica por pedidos. Solo se puede comprar lo q tengan en existencias.
- ✓ Venden de una libra en adelante, no tienen condicionantes en el número de unidades que venden.
- ✓ Del hilo 70/1 tienen en precio desde \$1.00/libra
- ✓ No realizan entregas a domicilio. Quien compra debe llegar a la planta para adquirir el producto.

#### **BAZAR ALBERT<sup>22</sup>**

---



Cuenta con más de 35 años de experiencia en la distribución y venta de materiales para la costura y mercería, poniendo a disposición del cliente marcas reconocidas y de alta calidad, entre algunas Singer, Circulo, Candado, YKK, ALB, Colonial, 3 Claveles, Trinity, etc.

El objetivo comercial de la empresa es que los clientes puedan tener a la mano materia prima de calidad para la elaboración de sus productos finales a los mejores precios. (Precios especiales a mayoristas y distribuidores) Ofrecen una amplia gama de colores de zippers, lanas, hilos, listones, listones de satín, listones de falla, listones

---

<sup>22</sup> <http://www.bazeralbert.com/home.html>

mágicos, botones, materiales para uniformes, accesorios para vestidos de noche y de boda. Además, encuentra todo lo que necesitas para elaborar tus recuerdos de boda, bautizo, primera comunión, graduación, baby shower.

Servicio y asesoraría con los mejores materiales para la elaboración de productos textiles y otros. **Precios especiales a Mayoristas.**

### Datos generales

San Salvador, El Salvador

Teléfono: +503-22211091

E-mail: [brenda@bazaralbert.com](mailto:brenda@bazaralbert.com)

### 4.2.7 Recolección y análisis de información Primaria

Entre las empresas abastecedoras de hilos mencionadas por los talleres visitados son las siguientes:

- Hilosa
- Textufil
- Insinca
- Bazar Albert
- Broda
- Distribuidora Textil

A continuación, se mencionan algunos precios de proveedores de hilo

#### Textufil

El hilo de coser se utiliza para confeccionar las prendas, es decir para unir las costuras, pero muchos de los artesanos utilizan hilos 70/2 para tejer, el precio de venta de textufil es el siguiente:

Hilo		Precio/ Cono	Mínimo a Producir (Conos)	Material	Medida (Yds)
<b>70/2</b>	Blanco	\$1.40 + IVA	20		6,000

	Color	\$1.60 + IVA	200	100%	
	Blanco	\$2.50 + IVA	20	Poliéster	12,000
	Color	\$2.70 + IVA	100		

**Tabla 61** precio de hilo para coser

**Fuente:** Milton canjura (Ejecutivo de venta) Textufil Fabricante de hilos y telas.

Los hilos utilizados de hilo de algodón 100% puro por artesanos de San Sebastián, brindados por la empresa Textufil son llamados HILAZA, es decir el hilo que se utiliza para tejer o para hacer telas.

Las hilazas se clasifican por títulos, un título de hilaza consiste en el grosor, para el sistema de medición que usan la unidad de mediad Denier, y entre más pequeño es el número de denier más grueso será el hilo; los artesanos utilizan hilazas gruesas para la elaboración de sus productos.

A continuación, se detalla los títulos más vendidos a los artesanos de hilo de algodón 100% crudo:

TÍTULO	PRECIO POR LIBRA
<b>4/1</b>	\$ 1.15
<b>4/2</b>	\$ 1.25
<b>4/3</b>	\$ 1.35
<b>4/4</b>	\$ 1.45
<b>8/1</b>	\$ 1.25
<b>8/2</b>	\$ 1.45
<b>8/3</b>	\$ 1.50
<b>12/1</b>	\$ 1.30
<b>20/2</b>	\$ 2.35

**Tabla 62** precio de hilos por título  
**Fuente:** Comercialización Hilaturas  
 TEXTUFIL, S.A. DE C.V.

**Nota:** Precios no incluyen IVA

La unidad de venta es la libra y como mínimo se vende una caja, cada caja pesa alrededor de 110 a 115 libras y contienen 24 conos por caja con un peso promedio de cada cono de 5 libras. La forma de pago es al contado, este es contra entrega.

#### **COPLASA**

<b>Título</b>	<b>Material</b>	<b>Precio/libra</b>	<b>Pedido al mayoreo</b>	<b>Precio/ mayoreo</b>
<b>50/3</b>	Poliseda	\$5.00	5 lb	\$4.30
<b>70/2</b>	Algodón Crudo	\$ 3.70	A partir de 12 lb	\$3.40

Tabla 63 Precio de hilo  
Fuente: Coplasa

#### **BRODA**

<b>Material</b>	<b>Precio/libra</b>	<b>Tipo de hilo</b>
<b>Algodón</b>	\$1.40-\$1.50	Cono Semi-nuevo
<b>Poliéster</b>		
<b>Algodón</b>	\$0.90-\$1.00	Punta de Algodón

Tabla 64 Precio de venta de sobrantes de hilo  
Fuente: Broda, venta de telas y camisetas

La venta de hilo varía de \$1.40 a 1.50 según el tipo, título y color de hilo, estos son sobrantes de hilo, por lo cual su costo es menor.

#### **Bazar Albert**

<b>Título</b>	<b>Material</b>	<b>Precio/libra</b>	<b>Pedido al mayoreo</b>	<b>Precio / mayoreo</b>
<b>12/5</b>	Hilo crudo	\$4.57	12 Lb	\$3.77

Tabla 65 precio de hilo  
Fuente: Bazar Albert

## Distribuidora Textil

Hilo	Precio/ libra
Nuevo	\$1.50
Usado	\$1.10

Tabla 66 Distribuidora textil

El hilo es comercializado en el municipio de San Sebastián, San Vicente y es el mismo sin importar el color y título de hilo, la forma de pago es al contado.

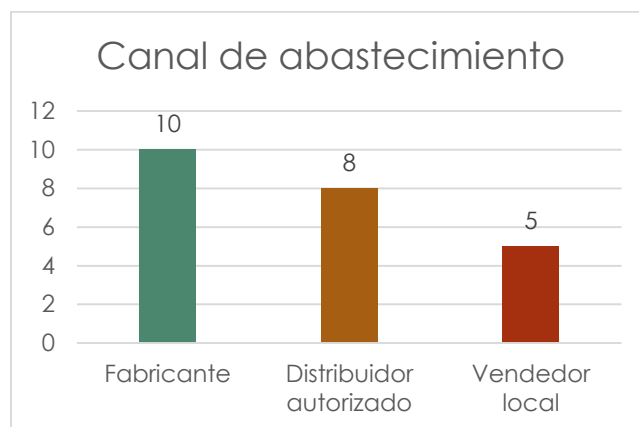
## Síntesis de Mercado abastecedor de los talleres del Municipio de San Sebastián

A través de la encuesta realizada a los productores de San Sebastián se pudo constatar que la mayor parte de talleres adquieren su materia prima directamente al fabricante.

La información recolectada es la siguiente:

Canal de abastecimiento	Talleres que se abastecen con ese proveedor.
Fabricante	10
Distribuidor autorizado	8
Vendedor local	5
Total	23

Tabla 67 Medios por los que se abastece de hilo los talleres del Municipio de San Sebastián



Gráfica 25 Medios por los que se abastece de hilo los talleres del Municipio de San Sebastián.

#### Rango de precios de venta según título de hilo:

A continuación, se presenta el rango de precios según título de hilo, esta información se basa en la información recolectada tanto en los talleres como con los precios obtenidos directamente del fabricante y distribuidores autorizados.

Fabricante		Distribuidor Autorizado	
\$ 1.00 - \$ 1.15	4/1	\$ 3.00- \$ 4.00	70/2
\$ 1.15- \$ 1.25	4/2, 8/1	\$ 4.00- \$ 5.00	50/3, 12/5
\$ 1.25- \$ 1.40	4/3, 12/1, 70/2	\$1.10- \$ 1. 50	Venta de hilo Semi-Nuevo
\$ 1.40- \$ 1.50	4/4, 8/2, 8/3	Mayor de \$ 1. 50	Hilo nuevo
\$ 1.50- \$ 2. 50	20/2, 70/2		

Tabla 68 Rango de precios de fabricante y distribuidor autorizado

Por

falta de acceso a los precios directamente del vendedor local, se presenta a continuación una tabla de rangos de precios proporcionados por los talleres, a los cuales obtienen el hilo por medio del vendedor local.

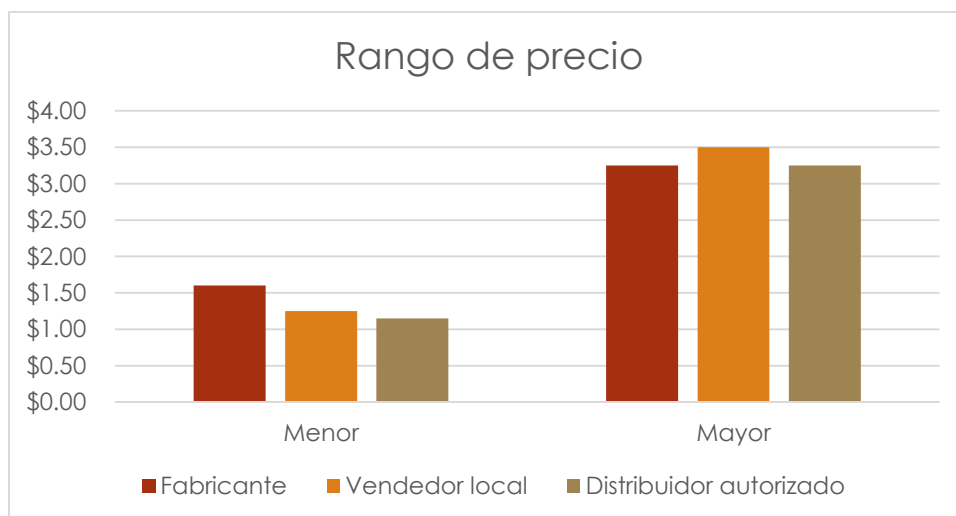
Vendedor local	
Rango en precios	
Menor	Mayor
\$ 1.60	
\$ 1.30	\$ 1.40
\$ 2.50	\$ 3.00
\$ 1.30	\$ 3.50
\$ 1.25	

Tabla 69 Rango de precios de hilos

A continuación, se muestra un resumen de los precios de los hilos según el tipo medio de abastecimiento de los talleres.

	Rango de precios	
	Menor	Mayor
<b>Fabricante</b>	\$1.60	\$3.25
<b>Vendedor local</b>	\$1.25	\$3.50
<b>Distribuidor autorizado</b>	\$1.15	\$3.25

Tabla 70 Precios de hilos



Gráfica 26 Rango de precios

Los precios promedios que ofrecen los proveedores a los comerciantes tanto el vendedor local, distribuidor autorizado y fabricante son similares, esta información es recolectado a partir del estudio realizado.

#### 4.2.7.1 Perfil de Proveedores de taller

<b>Empresa</b>	<b>Productora y comercializadora de hilo</b>
<b>Tipo de hilo</b>	Hilaza el cual es un Hilo usado para tejer.
<b>Colores</b>	Variedad de colores
<b>Material</b>	100% hilo crudo de algodón, sedalina, poliéster
<b>Forma de pago</b>	Contado
<b>Forma de obtener el hilo por parte artesanos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directamente a la fábrica que lo elabora</li> <li>• A través de distribuidor autorizado</li> <li>• Vendedor local</li> </ul>
<b>Título de hilo que fábrica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 70/2</li> <li>• 4/1</li> <li>• 4/2</li> <li>• 4/3</li> <li>• 4/4</li> <li>• 8/1</li> <li>• 8/2</li> <li>• 8/3</li> <li>• 12/1</li> <li>• 50/3</li> <li>• 12/5</li> <li>• 20/2</li> </ul>

Tabla 71 Perfil de proveedores de taller



## 5 MERCADO CONSUMIDOR

### Metodología

Para la realización de la investigación y análisis del mercado consumidor de los productos textiles artesanales se presenta el siguiente esquema de la metodología utilizada.

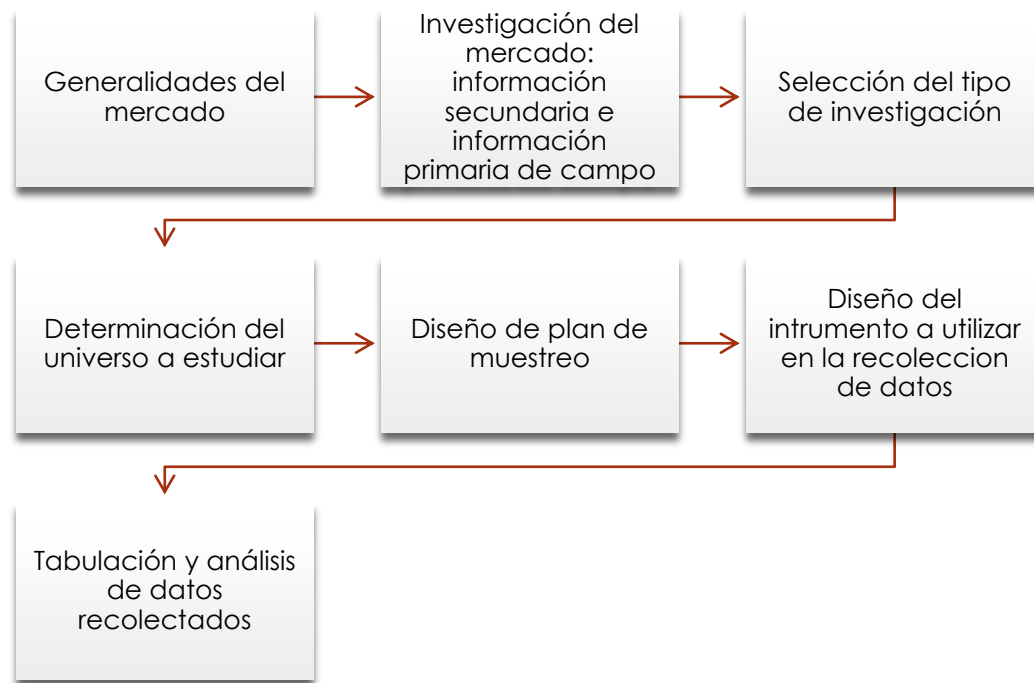


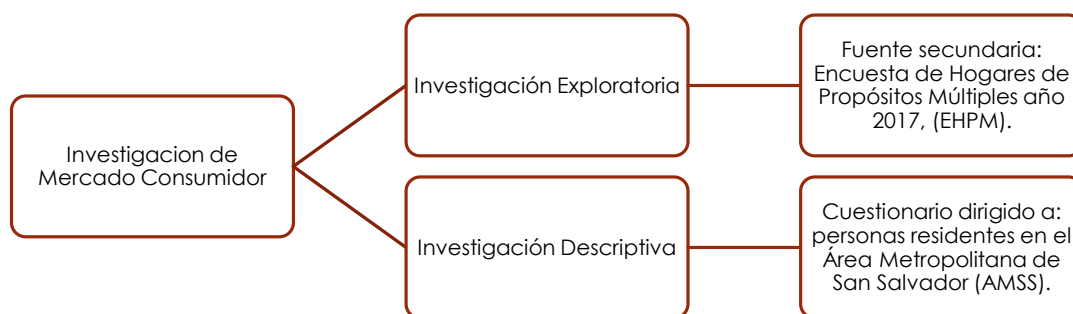
Ilustración 11 Metodología de investigación mercado consumidor

### 5.1 Selección del tipo de investigación

El estudio de mercado busca contestar, hábitos de consumo como frecuencia de compra, estacionalidad de mayor demanda de ciertos productos, entre otros, así como el nivel de conocimiento y percepción que las personas poseen sobre los productos textiles elaborados de forma artesanal en el municipio de San Sebastián, San Vicente, por lo que es importante definir el tipo de investigación que se usará.

Al evaluar los tipos de investigación se toma la decisión de usar las investigaciones de tipo:

- **Investigación Exploratoria**
- **Investigación descriptiva**



**Ilustración 12** Tipos de investigación aplicados en estudio de mercado consumidor.

## **5.2 Segmentación y criterios de segmentación del mercado consumidor de productos textiles artesanales**

### **Segmentación de mercado**

Charles W. L. Hill y Gareth Jones definen la segmentación del mercado como: "La manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva".

Se hace necesario la segmentación de mercado para detectar necesidades de los consumidores enmarcados en esta segmentación o ya sea para detectar y abarcar segmentos de mercado que no se encuentra siendo atendidos, con esta delimitación se facilita el camino para presentar estrategias que lleven a la aceptación por parte de los consumidores de los productos textiles artesanales a

ofertar por parte de la Escuela Taller. Para la realización del estudio se toma en consideración la segmentación de mercado con las siguientes variables:

- **Segmentación geográfica**

La investigación sobre el mercado objetivo de los productos textiles artesanales se realizará en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) la cual está conformada por 14 municipios ubicados entre los departamentos de San Salvador y La Libertad en la zona central del país. Se determinó esta zona geográfica ya que al consultar a 22 talleres donde se elaboran productos textiles artesanales ubicados en el municipio de San Sebastián departamento de San Vicente sobre el lugar de procedencia de sus clientes el 100% de estos manifestaron que pertenecen a la zona central del país donde el departamento de San Salvador obtuvo 13 de 22 menciones posibles convirtiendo dicha zona de la que proceden mayor cantidad de clientes en opinión de los productores textiles artesanales. (Ver resultados de encuesta realizada a productores, pregunta número 4, página 223).

- **Segmentación demográfica**

Para la segmentación demográfica se presentan los siguientes criterios a utilizar:

**Edad:**

Para la realización del estudio se consideró personas cuya edad mínima sea 18 años, ya que es en esta edad donde una persona legalmente alcanza su mayoría de edad en El Salvador según el **Artículo 26 del Código Civil de El Salvador**, con lo cual adquieren mayor libertad de decisión, elección y la capacidad de ejercer el comercio de manera individual.

**Genero:**

Indiferente los productos en estudio son tanto para hombres como para mujeres.

### **Ingresos de grupo familiar:**

Se consideran los ingresos familiares cuyo monto sea mayor a: \$304.17 monto equivalente al salario mínimo en el sector Comercio y Servicio/ Industria/ Ingenio Azucarero en El Salvador vigentes a partir del 1° de enero de 2018.

- **Segmentación Psicográfica**

Los rasgos psicográficos hacen referencia a la personalidad, estilo de vida, intereses, aficiones y valores de los consumidores.

Para la segmentación psicográfica del mercado consumidor de textiles artesanales se ha determinado:

Personas que ya adquieran artesanías textiles elaboradas de forma artesanal como hamacas, manteles, colchas, bufandas, tela de manta entre otros.

- **Segmentación conductual**

Para esta segmentación se tiene personas con una ocasión de compra de productos textiles artesanales media (al menos una compra cada 12 meses), en búsqueda de productos originales con cierto distintivo de muy buena calidad a precios accesibles al público en general.

Por el tipo de investigación y lo anterior se tiene que los consumidores de los productos textiles artesanales deben cumplir con el siguiente perfil inicial:

<b>Genero</b>	<b>Indiferente</b>
<b>Edad</b>	Mayor de 18 años
<b>Lugar de residencia</b>	Área Metropolitana de San Salvador
<b>Ingresos promedio mensual familiar</b>	De \$304.17 en adelante.
<b>Hábitos de consumo</b>	Consumidor o interesado en consumir productos artesanales

**Tabla 72 Perfil inicial de los consumidores de productos textiles artesanales.**

## 5.3 Selección de Técnica de Muestreo

### DISEÑO DEL PLAN DE MUESTREO

El muestreo se refiere al proceso de selección de los elementos, sujetos o casos de una población. Para que el muestreo esté bien realizado es necesario que los elementos escogidos representen bien a toda la población. Si la muestra no cumple este cometido se dice que la muestra es sesgada o tendenciosa; en el caso contrario, cuando la muestra ha sido bien seleccionada, se habla de muestra representativa.

#### **Plan De Muestreo Para El Segmento De Mercado Consumidor De Productos Textiles Artesanales.**

Para establecer la muestra necesaria del mercado consumidor definido anteriormente, se tomarán como base los hogares existentes en el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) ya que se ha determinado un mercado delimitado al sector hogares, los cuales suman un total de **492,718 hogares** con una media de personas por hogar de 3.44 en referida área. Se tomó como fuente de información secundaria datos arrojados por: la Encuesta de Hogares para Propósitos Múltiples (EHPM) realizada en el año 2017 por la Dirección General de Estadísticas y Censos DIGESTYC.

Al tomar en cuenta las características planteadas en el perfil del consumidor directo se tiene la siguiente exclusión de hogares:

A nivel nacional un 32.7% de los hogares se encuentran en pobreza; de estos el 7.9% se encuentra en pobreza extrema; mientras que el 24.8% están en pobreza relativa. El Área Metropolitana de San Salvador cuenta con el menor número de pobres, el

20.25% de hogares están en esta situación; el 3.21% se encuentra en pobreza extrema; el 17.04% está en pobreza relativa<sup>23</sup>.

Tomando en cuenta el porcentaje de hogares considerados en extrema pobreza en el Área Metropolitana de San Salvador según datos de la Encuesta de Hogares para Propósitos Múltiples 2017 (EHPM) se tiene que:

El dato de hogares a considerar para el estudio queda con un total de:  
 $492,718 \text{ hogares} * (100\% - 3.21\%) = 476,901.7522 \cong \mathbf{476,902 \text{ hogares}}$ .

### **Determinación del tamaño de la Muestra.**

El **tamaño de la muestra** se refiere al número de elementos que deben incluirse en el estudio.

El método que ha sido elegido para la determinación del tamaño de la muestra es el de **Muestro Probabilístico**. En el muestreo probabilístico las unidades del muestreo se seleccionan al azar dando una posibilidad de participación a cada miembro del universo, de participar en la muestra.

La técnica de muestreo a utilizar es el **Muestreo Aleatorio Simple**.

En el **muestreo aleatorio simple** (MAS), cada elemento de la población tiene una probabilidad de selección igual y conocida. Además, cada posible muestra de un determinado tamaño ( $n$ ) tiene una probabilidad igual y conocida de ser la muestra seleccionada realmente. Esto implica que cada elemento se selecciona de manera independiente de cualquier otro elemento. La muestra se extrae del marco de muestreo usando un procedimiento aleatorio. Este método es equivalente al sistema de lotería donde los nombres se colocan en un recipiente, el cual se agita y de él se sacan los nombres de los ganadores de una manera no sesgada.

---

<sup>23</sup> Fuente: Encuesta de Hogares para Propósitos Múltiples (EHPM) año 2017.

Es el método conceptualmente más simple. Consiste en extraer todos los individuos al azar de una lista (marco de la encuesta). Si se selecciona una muestra de tamaño  $n$  de una población de  $N$  unidades, cada elemento tiene una probabilidad de inclusión igual y conocida  $n/N$ .

La población considerada para la muestra probabilística será de 476,902 hogares pertenecientes al Área Metropolitana de San Salvador, ya que todos tienen la misma probabilidad de ser abordados, bajo las consideraciones de un muestreo aleatorio simple.

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará la fórmula para muestreo probabilístico aleatorio simple y ya que el tipo de población en este caso es finita debido a que se conoce cuantos elementos tiene dicha población. Su expresión es:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{[d^2 * (N - 1)] + (Z^2 * p * q)}$$

Donde:

$N$  = tamaño de la población.

$Z$  = nivel de confianza.

$p$  = probabilidad de éxito, o proporción esperada.

$q$  = probabilidad de fracaso.

$d$  = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

Descripción de los elementos para determinar la muestra poblacional de consumidores de productos textiles artesanales de la Escuela Taller.	
<b>N</b>	Es el tamaño de la población que se desea estudiar, para el caso se determinó a partir del número de hogares del Área Metropolitana de San Salvador y la situación de pobreza extrema que presenta cierto porcentaje de estos; el cual es de <b>476,902 hogares</b> .
<b>Z</b>	Nivel de confianza: se refiere a la confiabilidad de la muestra, es decir la probabilidad que un valor de la muestra se ubique entre dos puntos específicos bajo la curva normal. Probabilidad de que la Estimación

	efectuado se ajuste a la realidad. Para este caso es de 1.96 ya que el nivel de seguridad es del 95%.
<b>P</b>	Probabilidad de éxito: es la probabilidad que la muestra sea representativa de la población. Para el caso el valor de <b>p</b> es de 0.92 y se determinó a partir de un estudio preliminar (ver Anexo 1-B).
<b>Q</b>	Probabilidad de fracaso: es el complemento de la probabilidad de éxito. Para el caso el valor de <b>q</b> es de 0.08 (ver Anexo 1-B).
<b>D</b>	Error de estimación: Es una medida de la variabilidad de las estimaciones de muestras repetidas en torno al valor de la población, da una noción clara de hasta dónde y con qué probabilidad una estimación basada en una muestra se aleja del valor que se hubiera obtenido por medio de un censo completo. Para el caso de estudio se determina que será del 5%.

**Tabla 73** Descripción de los elementos para determinar la muestra poblacional de consumidores de productos textiles artesanales de la Escuela Taller.

Determinación del tamaño de muestra poblacional mercado consumidor de los productos textiles artesanales a fabricarse en la Escuela Taller:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{476,902 * 1.96^2 * 0.92 * 0.08}{0.05^2 * (476,902 - 1) + 1.96^2 * 0.92 * 0.08}$$

$$n = \frac{134,840.1108}{1,192.535242}$$

$$n = 113.0701 \cong \mathbf{114}$$



## 5.4 Selección y Diseño de Instrumento

### **HERRAMIENTA UTILIZADA EN INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA: ENCUESTA DE OPINIÓN.**

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar.

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación.

Entre los objetivos de las encuestas se tienen los siguientes:

- Medir las relaciones entre variables demográficas, económicas y sociales.
- Saber la opinión del público acerca de un determinado tema.
- Investigar previamente de las características de la población para hacer las preguntas correctas.
- Dar una respuesta de los cuales los entrevistados darán una opinión congruente.

Según el medio de recepción de datos las encuestas pueden ser:

- Encuesta personal
- Encuesta por correo
- Encuesta telefónica
- Encuesta online

Para el caso de la investigación sobre el consumo de Productos Textiles Artesanales se decidió realizar la encuesta personal.

Posibles fuentes de error

- Distorsión de la respuesta, al verse los encuestados influenciados por respuesta de otros.
- Error al contestar por no entender las preguntas.
- Evitar contestar preguntas que no son obligatorias.
- Responder de manera incoherente en preguntas abiertas debido al anonimato.

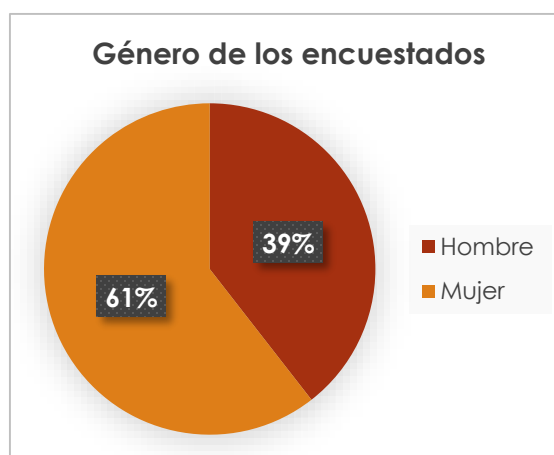
El formulario utilizado en la recolección de información para el estudio se muestra en anexo 3.

## 5.5 Análisis de datos de cuestionario realizado a consumidores textiles artesanales

### 1. Género:

Género	Frecuencia	Porcentaje (%)
Hombre	45	39%
Mujer	69	61%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Tabla 74 Género de personas encuestadas consumidores productos artesanales



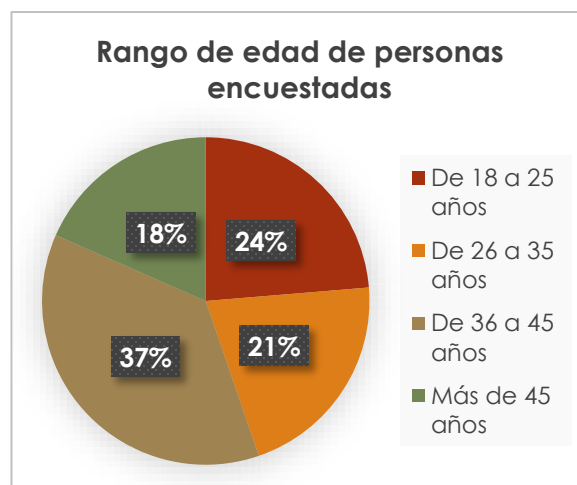
Gráfica 27 Género de los encuestados

El 61% de las 114 personas encuestadas son del género femenino y el 39% restante del género masculino lo que equivale a 69 y 45 personas respectivamente.

## 2. Rango de edad:

Rango de Edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
De 18 a 25 años	27	24%
De 26 a 35 años	24	21%
De 36 a 45 años	42	37%
Más de 45 años	21	18%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Tabla 75 Rango de edad de encuestados



Gráfica 28 Rango de edad de personas encuestadas

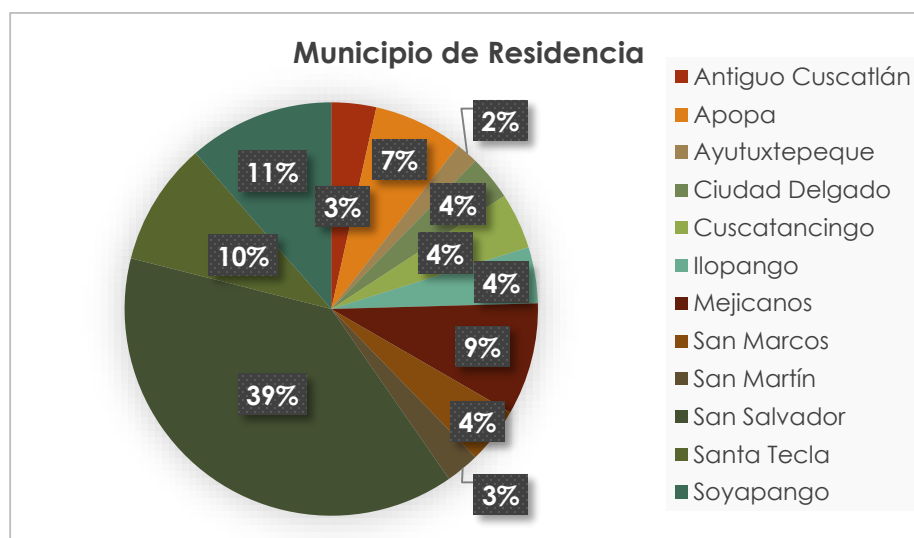
Los porcentajes de los rangos de edad obtenidos de las personas encuestadas son de mucha utilidad pues con ellos y datos que se esperan obtener con la pregunta número 4 de este cuestionario se podrá validar datos obtenidos en la encuesta realizada a productores y comerciantes de productos textiles artesanales donde ellos mencionan que mayoritariamente sus clientes son personas cuyo rango de edad se encuentra entre los 35 y 60 años (Ver resultados pregunta 6 en cuestionario realizado a productores, página 226).

## 3. ¿En qué municipio reside?

Municipio	Frecuencia	Porcentaje (%)
Antiguo Cuscatlán	4	4%
Apopa	8	7%
Ayutuxtepeque	2	2%
Ciudad Delgado	4	4%
Cuscatancingo	5	4%
Ilopango	5	4%
Mejicanos	10	9%

San Marcos	5	4%
San Martín	3	3%
San Salvador	44	39%
Santa Tecla	11	10%
Soyapango	13	11%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Tabla 76 Municipio de residencia de personas encuestadas



Gráfica 29 Municipio de residencia de personas encuestadas

El 100% de las personas encuestadas su municipio de residencia se encuentra ubicado en el Área Metropolitana de San Salvador, siendo el municipio de San Salvador el que más menciones como lugar de residencia presenta seguido del municipio de Soyapango y ubicándose en un tercer lugar se tiene al municipio de Mejicanos, mientras que municipios como San Martín y Ayutuxtepeque son los que menor índice de frecuencia presentan como municipio de residencia de las personas encuestadas.

#### 4. ¿Ha comprado alguna vez productos textiles artesanales?

Ha comprado	Frecuencia	Porcentaje
Si	98	86%
No	16	14%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

Tabla 77 ¿Ha comprado alguna vez productos textiles artesanales?



Gráfica 30 Ha comprado productos textiles artesanales.

De las 114 personas encuestadas el 86% de estas respondió haber comprado productos textiles artesanales en al menos una ocasión y solamente el 14% respondió no haber comprado productos textiles artesanales nunca, cabe destacar que de este 14% que no ha adquirido productos textiles artesanales el 56.25% equivalente a 9 personas están en el rango de edad de 18 a 25 años y un 25% más 4 personas están en el rango de edad de 26 a 35 años datos que respaldan lo obtenido en encuestas realizadas a productores y comerciantes de dichos productos en donde ellos mencionan que la mayoría de sus clientes son personas mayores de 35 años de edad además retomando la pregunta número 2 de este cuestionario se tiene que el 24% de los encuestados su rango de edad es de 18 a 25 años por lo que un tercio de personas en este rango de edad no ha comprado en al menos una ocasión productos textiles artesanales mientras que para el rango de edad que comprende de 26 a 35 años cuyo porcentaje es de 21% se tiene que el 16.67% de estas no ha adquirido nunca los productos antes mencionados.

## 5. ¿Qué palabra o palabras relaciona con las artesanías textiles?

Palabra o palabras asociadas	Frecuencia
Identidad del lugar de procedencia	35
Elaborado a mano	71
Colorido	35
Originalidad	22
<b>Total</b>	<b>163</b>

Tabla 78 Palabra o palabras que relacionan los encuestados con las artesanías textiles.



Gráfica 31 Palabra o palabras asociadas a los productos textiles artesanales

Como se puede observar en el gráfico la frase: Elaborado a mano supera en más de un 50% en cuanto a menciones obtenidas a expresiones como Colorido e Identidad del lugar de procedencia ubicadas en un segundo y tercer lugar, revelando que los consumidores al escuchar Productos Textiles Artesanales los relacionan con productos elaborados sin la ayuda de máquinas impulsadas por algún tipo de fuerza mecánica.

## 6. ¿Cómo califica la calidad de los productos textiles artesanales?

¿Cómo califica la calidad de los productos textiles artesanales?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Muy buena	75	77%
Buena	20	20%
Regular	3	3%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Tabla 79 Calificación de la calidad de los productos textiles artesanales



Gráfica 32 Calificación de los productos textiles artesanales

Con los datos de la gráfica anterior se evidencia que los consumidores de los productos textiles artesanales tienen una percepción positiva en cuanto a calidad de estos, lo que facilitaría la aceptación de los productos elaborados por la Escuela Taller pues un 80% de los encuestados califica los productos textiles artesanales con buena o muy buena calidad.

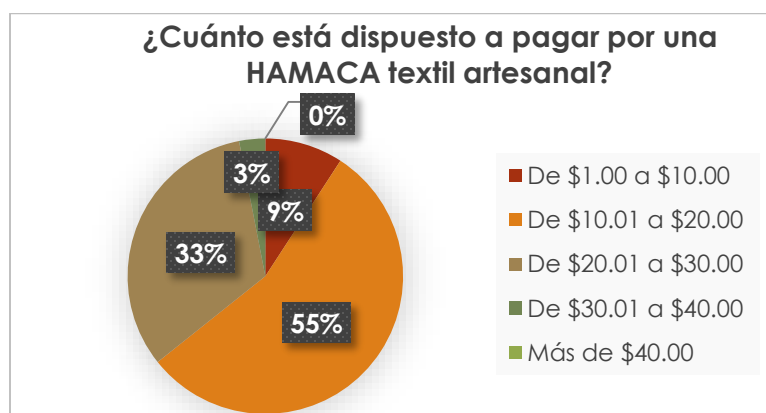
## 7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por los productos textiles artesanales?

La disposición de pago por parte de los consumidores para ciertos productos textiles artesanales se presenta a continuación por producto:

Precio	De \$1.00 a \$10.00		De \$10.01 a \$20.00		De \$20.01 a \$30.00		De \$30.01 a \$40.00		Más de \$40.00	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Producto										
Hamaca	9	9%	54	55%	32	33%	3	3%	0	0%
Colcha	45	46%	49	50%	4	4%	0	0%	0	0%
Cubrecama	47	48%	46	47%	4	4%	0	0%	1	1%
Mantel	84	86%	10	10%	4	4%	0	0%	0	0%
Bufanda	93	95%	5	5%	0	0%	0	0%	0	0%
Bolso	31	32%	45	46%	22	22%	0	0%	0	0%
Tela de Manta	75	77%	13	13%	10	10%	0	0%	0	0%
Otro (3 blusas, 3 camisas)	11	58%	6	32%	2	10%	0	0%	0	0%

Tabla 80 Disposición de pago para distintos productos textiles artesanales.

## HAMACA

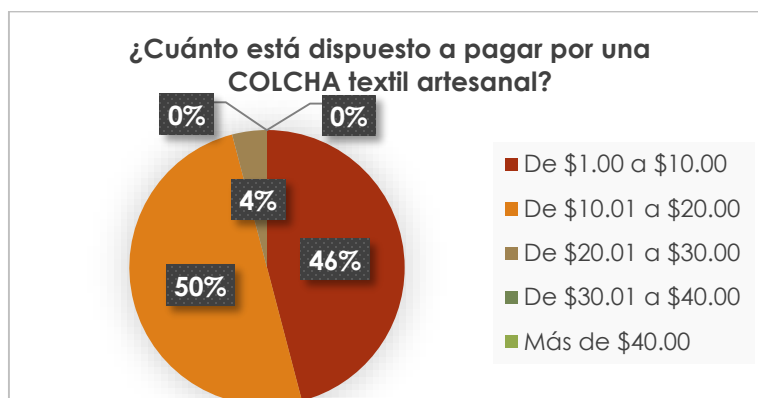


Gráfica 33 Disponibilidad de pago para una hamaca



La disposición de pago de los consumidores no dista mucho del precio real de una hamaca textil artesanal de 4 varas producida en el municipio de San Sebastián, San Vicente cuyo precio proporcionado por los productores de este producto en referido municipio oscila entre \$15 y \$22.

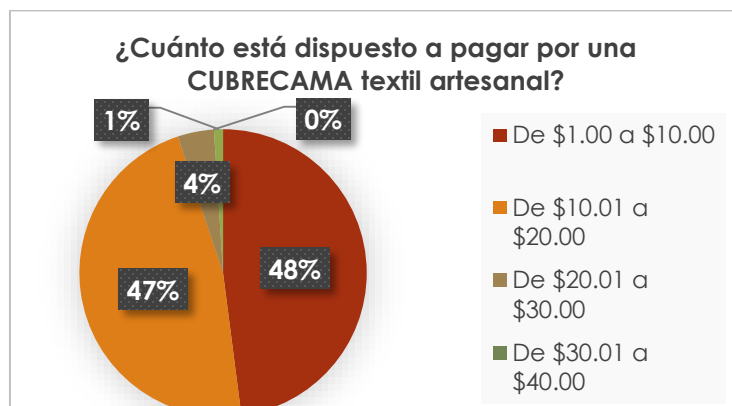
## COLCHA



Gráfica 34 Disponibilidad de pago para una colcha.

Según datos obtenidos con encuesta realizada a comerciantes de productos textiles artesanales del Mercado Ex – Cuartel de la ciudad de San Salvador el precio de una colcha elaborada de forma artesanal oscila entre \$10.00 y \$20.00 pues para una colcha cuya medida es de 2x1.60 metros su precio es de \$10.00 a \$12.00 mientras que para una matrimonial cuyas medidas son 2x2 metros el precio varía entre \$15.00 y \$20.00 ambos precios como se puede observar están por debajo del rango de disposición de pago por producto mayormente seleccionado algo positivo para la oferta de mercado con este tipo de producto que pudiese presentar la Escuela Taller.

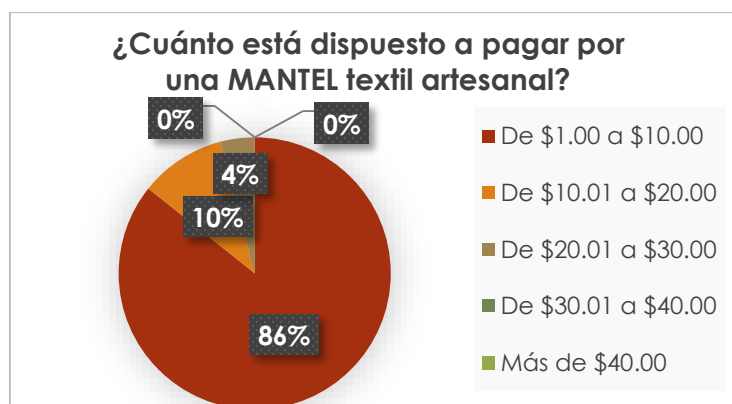
## CUBRECAMA



Gráfica 35 Disponibilidad de pago para un cubrecama.

Al igual que las colchas el precio de los cubrecamas textiles artesanales varía según su tamaño y según datos obtenidos con encuesta realizada a comerciantes de dichos productos los precios de comercialización son de: para un cubrecama cuya medida es de 2x1.60 metros su precio es de \$10.00 a \$12.00 mientras que para un cubrecama matrimonial cuyas medidas son 2x2 metros el precio varía entre \$15.00 y \$20.00 ambos precios como se puede observar están dentro de los rangos que presentan mayor porcentaje de selección en cuanto a la disposición de pago por producto algo positivo para la oferta de mercado con este tipo de producto que pudiese presentar la Escuela Taller.

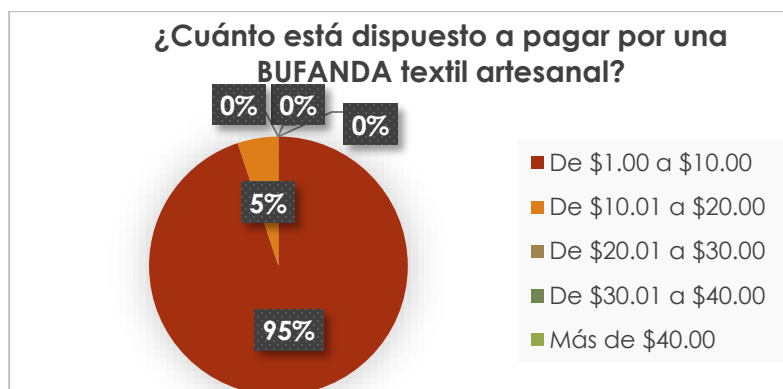
## MANTEL



Gráfica 36 Disponibilidad de pago para un mantel.

Estas disposiciones de pago expresadas por los encuestados en su gran mayoría aplican para cubrir los precios de los siguientes productos: manteles tortilleros, manteles individuales y manteles para mesa de 4 personas cuyo precio oscila entre \$0.50 y \$10.00 esto expresado en encuesta realizada a comerciantes de estos productos (ver pregunta 11 en análisis de encuesta a comerciantes página 307).

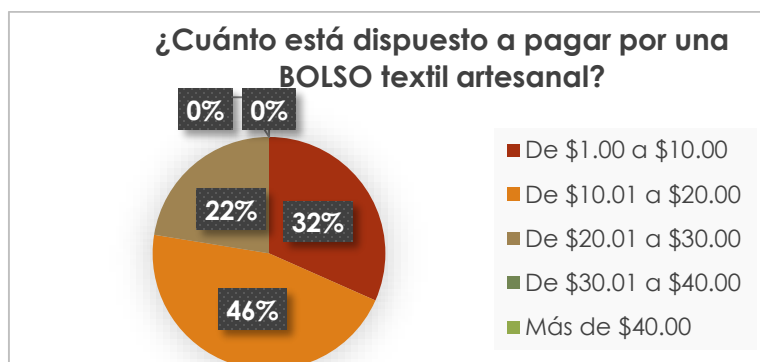
## BUFANDA



Gráfica 37 Disponibilidad de pago para una bufanda.

Como se puede observar en el gráfico anterior la mayoría de los encuestados expresa una disposición de pago para el menor rango de precios presentados el cual cubre el costo de las diferentes presentaciones de bufandas ofrecidas a los consumidores según datos proporcionados por comerciantes de este tipo de productos.

## BOLSO

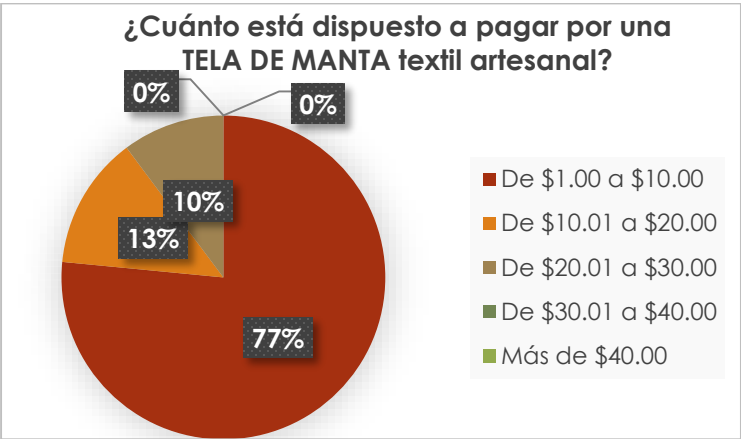


Gráfica 38 Disponibilidad de pago para un bolso.

En el caso de que en la Escuela Taller se elaboraran este tipo de productos para su comercialicen a precios similares a los existentes no se tendrían problemas con su

aceptación pues los tres rangos de precios seleccionados cubren el costo de los diferentes tamaños de bolsos elaborados con textiles artesanales según los datos proporcionados por comerciantes de este tipo de producto, ver análisis de encuesta realizado a comerciantes en mercado distribuidor.

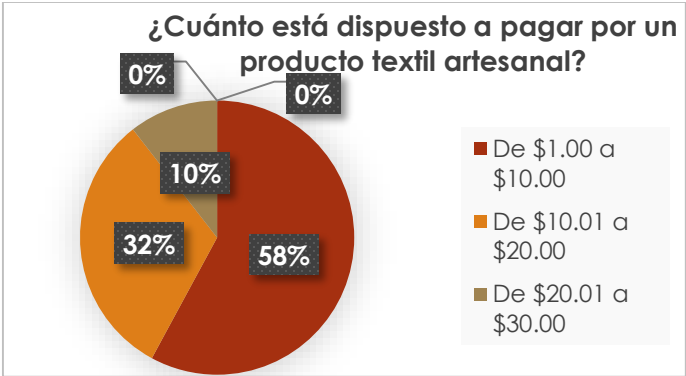
**TELA DE MANTA**



Gráfica 39 Disponibilidad de pago para una yarda de tela textil artesanal.

Mencionar que estos rangos de precios se presentan para la adquisición de una yarda de tela de manta cuyo precio en el mercado oscila entre \$5.00 y \$7.00.

**OTRO TEXTIL ARTESANAL**



Gráfica 40 Disponibilidad de pago para otro tipo de textil artesanal a los anteriormente mencionados.

En el caso de otros productos textiles artesanales se obtuvieron los siguientes datos: 58% expresa pagar un precio comprendido entre \$1.00 a \$10.00, un 32% seleccionó el rango de precio comprendido entre \$10.01 a \$20.00, el 10% restante expresa tener una disposición de pago en el rango de precios de \$20.01 a \$30.00, mientras

que los rangos comprendidos de \$30.01 a \$40.00 y más de 40 no se presentan respuestas.

**8. ¿Conoce el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que ha comprado?**

¿Conoce el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que ha comprado?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	39	40%
No	59	60%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Tabla 81 Conocimiento del lugar de procedencia de los productos textiles artesanales.



Gráfica 41 Conocimiento sobre el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales adquiridos.

Del total de 98 personas encuestadas que consumen productos textiles artesanales solo el 40% de esas conoce el lugar de procedencia de los productos que ha adquirido, el 60% restante desconoce de qué lugar provienen los productos que han adquirido por lo que se podría decir que el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales como: hamacas, colchas, manteles, bufandas entre otros no es un factor determinante para la decisión de compra por parte del cliente.

9. ¿De qué lugar provienen los productos textiles artesanales que ha comprado?

¿De qué lugar provienen los productos textiles artesanales que ha comprado?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ataco	4	10%
Cojutepeque	1	3%
Concepción Chalatenango	2	5%
Guatemala	4	10%
Ilobasco	9	23%
Izalco	4	10%
San Sebastián	5	13%
San Vicente	6	15%
Santiago Texacuangos	1	3%
Suchitoto	3	8%
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>100%</b>

Tabla 82 Procedencia de los productos textiles artesanales adquiridos.



Gráfica 42 Lugar de procedencia de los productos textiles artesanales adquiridos.

En total son 10 lugares distintos mencionados por las 39 personas que indicaron conocer el lugar de procedencia de los productos textiles que han adquirido entre

estos lugares se destacan: Ilobasco, San Vicente, San Sebastián, Ataco, Izalco y Guatemala. Cabe destacar que de los tres primeros lugares con los porcentajes más altos mencionados solo en el municipio de San Sebastián se elaboran productos textiles artesanales los dos lugares restantes es decir Ilobasco y San Vicente son reconocidos por la elaboración de otros productos como son: productos de barro y dulces típicos respectivamente.

#### 10. ¿Qué productos textiles ha adquirido en los últimos 12 meses?

¿Qué productos textiles ha adquirido en los últimos 12 meses?	Frecuencia
Hamaca	41
Colcha	29
Cubrecama	3
Mantel	21
Bufanda	16
Bolso	20
Tela de Manta	16
Otros (3 Camisas, 3 Blusas)	6
<b>Total</b>	<b>152</b>



Gráfica 43 Productos textiles artesanales adquiridos en los últimos 12 meses.

Tabla 83 Productos textiles Artesanales adquiridos en los últimos 12 meses.

De los datos anteriormente presentados se puede concluir que las Hamacas son el producto textil artesanal con mayor demanda en el mercado esto también se puede respaldar con los datos obtenidos en las encuestas realizadas a productores y comerciantes de productos textiles artesanales donde afirman que el producto de mayor comercialización en sus negocios son las Hamacas (Ver resultados de

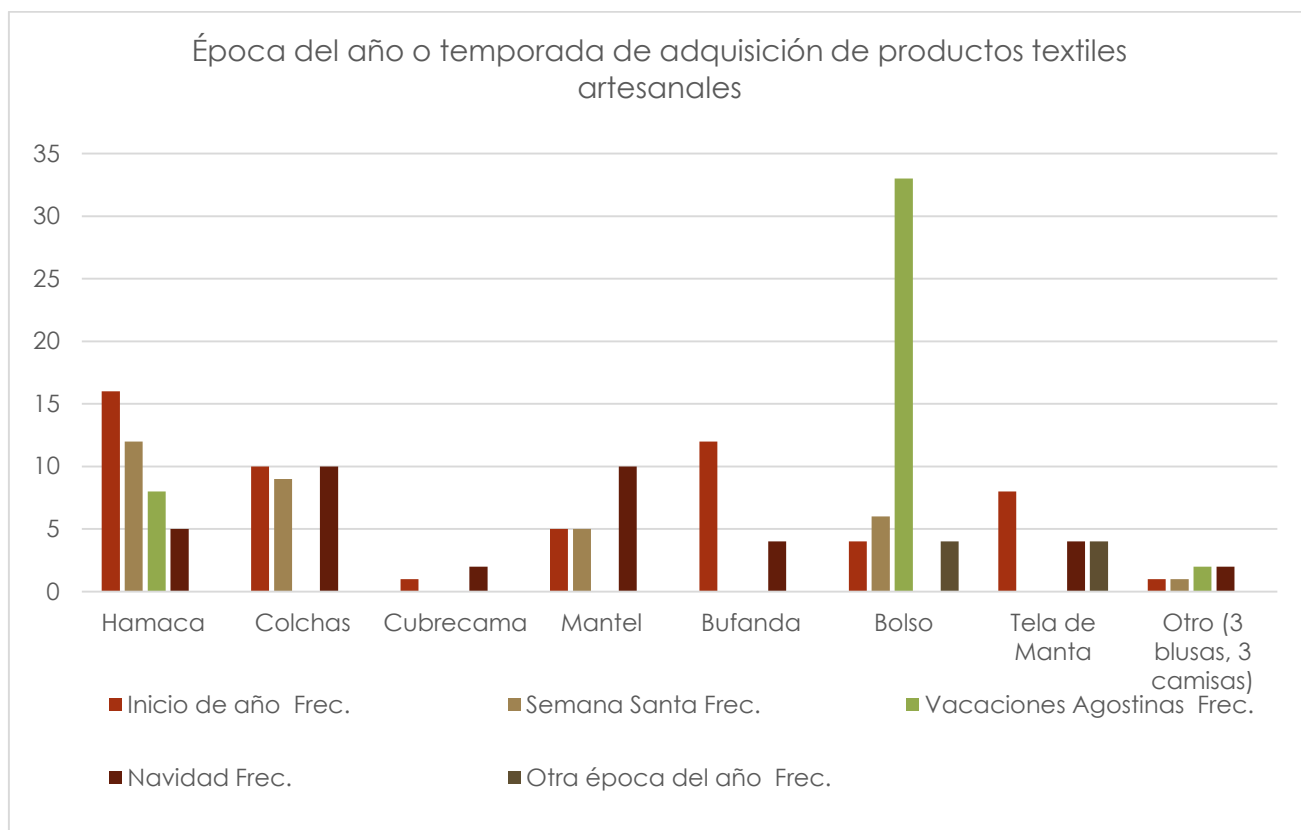
preguntas: 2 en encuesta realizada a productores página 213 y pregunta 2 en encuesta realizada a comerciantes de productos textiles artesanales página 291.

### 11. ¿En qué época del año o temporada ha adquirido los productos?

<div> <div>Época</div> <div>Producto</div> </div>	Inicio de año		Semana Santa		Vacaciones Agostinas		Navidad		Otra época del año	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Hamaca	16	39%	12	29%	8	20%	5	12%	0	0%
Colchas	10	34%	9	32%	0	0%	10	34%	0	0%
Cubrecama	1	33%	0	0%	0	0%	2	67%	0	0%
Mantel	5	25%	5	25%	0	0%	10	50%	0	0%
Bufanda	12	75%	0	0%	0	0%	4	25%	0	0%
Bolso	4	9%	6	13%	33	70%	0	0%	4	9%
Tela de Manta	8	50%	0	0%	0	0%	4	25%	4	25%
Otro (3 blusas, 3 camisas)	1	17%	1	17%	2	33%	2	33%	0	0%

Tabla 84 Época del año de adquisición de productos textiles artesanales





**Gráfica 44 Época del año o temporada de adquisición de productos textiles artesanales.**

## **HAMACA**

Según los datos anteriores se observa una tendencia al alza en la compra de hamacas durante la época de verano como es al inicio de año y vacaciones de semana santa, en estas dos épocas del año se concentra el 68% del total de 41 adquisiciones realizadas en los últimos 12 meses.

## **COLCHA**

Según los datos obtenidos este tipo de producto presenta su mejor época del año para realizar su comercialización en Navidad e inicios de año dato importante a considerar en la Escuela Taller si se producen colchas para comercialización pues es un dato de mucha importancia para la realización de la planificación de producción.

## **CUBRECAMA**

Cubrecama es uno de los productos que menor registro de adquisición reportaron (solamente tres adquisiciones), pero al igual que las colchas este producto textil

artesanal reportó sus mayores porcentajes de adquisición en la época de Navidad e inicio de año dato a considerar para su producción en la Escuela Taller.

### **MANTEL**

En base a los resultados obtenidos la mejor época para realizar la comercialización de manteles textiles artesanales por parte de la Escuela Taller se registrará en la época de Navidad e inicio de año pues en esas dos épocas del año se registra el 75% de todas las adquisiciones de este producto que realizaron los encuestados.

### **BUFANDA**

Con los resultados obtenidos se observa que al igual que otros productos como las colchas y cubrecamas las bufandas presentan sus mayores registros de adquisición en las épocas de Inicio de año y Navidad, épocas caracterizadas en nuestro país por la presencia de bajas temperaturas y ya que la función básica de estos productos es el abrigar a las personas a la Escuela Taller se le presenta una excelente oportunidad para comercializar este tipo de productos en mencionadas épocas.

### **BOLSO**

De los 47 encuestados que mencionan haber adquirido bolsos textiles artesanales al consultar sobre la época del año en que adquirió dicho producto el 70% respondió que lo hicieron durante las Vacaciones Agostinas, un 13% en la época de Semana Santa, 9% en la época seleccionaron la opción de respuesta Otra época del año, un 8% dice haber adquirido bolsos a Inicios de año, mientras que para la opción de respuesta Navidad no se registran menciones.

### **TELA DE MANTA**

La tela de manta en los últimos 12 meses ha sido adquirida por 16 personas del total de 114 encuestadas, en cuanto a la época del año en que se dio la adquisición de este producto se tiene que: el 50% de esos 16 encuestados adquirió la tela de manta en la época de Inicio del año, 25% la adquirió en la época de Navidad mientras que el 25% restante la adquirió en otra época del año a las mencionadas

en la encuesta, en cuanto a las épocas del año Semana Santa y Vacaciones Agostinas mencionadas en la encuesta no registraron respuestas.

### OTRO PRODUCTO TEXTIL

Para el caso de otros productos textiles artesanales a los mencionados anteriormente se tiene que en los últimos 12 meses 6 de los 114 encuestados mencionan haber realizado una adquisición y los productos adquiridos fueron 3 camisas y 3 blusas en cuanto a la época del año en que se dio la adquisición se tiene que el 33% adquirieron sus productos durante las Vacaciones Agostinas, otro 33% realizó la adquisición en la época de Navidad, mientras que para la época de Inicio de año se dio un 17% del total de las adquisiciones y el 17% restante de las adquisiciones se dio durante la época de Semana Santa.

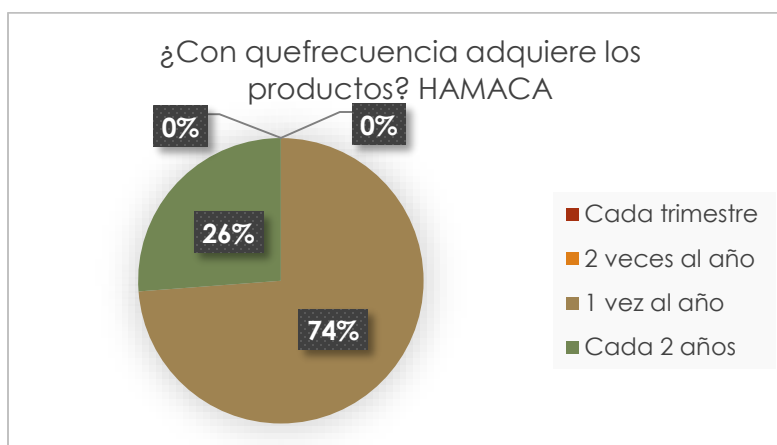
### 12. ¿Con que frecuencia adquiere los productos?

<div> <div>Frec.</div> <div>Producto</div> </div>	Cada trimestre		2 veces al año		1 vez al año		Cada 2 años	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
Hamaca	0	0%	0	0%	30	73%	11	27%
Colchas	0	0%	19	66%	10	34%	0	0%
Cubrecama	0	0%	1	33%	2	67%	0	0%
Mantel	1	5%	4	19%	16	76%	0	0%
Bufanda	0	0%	0	0%	16	100%	0	0%
Bolso	0	0%	8	40%	8	40%	4	20%
Tela de Manta	0	0%	2	13%	14	88%	0	0%

Otro (3 blusas, 3 camisas)	0	0%	3	50%	2	33%	1	17%
----------------------------	---	----	---	-----	---	-----	---	-----

Tabla 85 Frecuencia de adquisición productos textiles artesanales

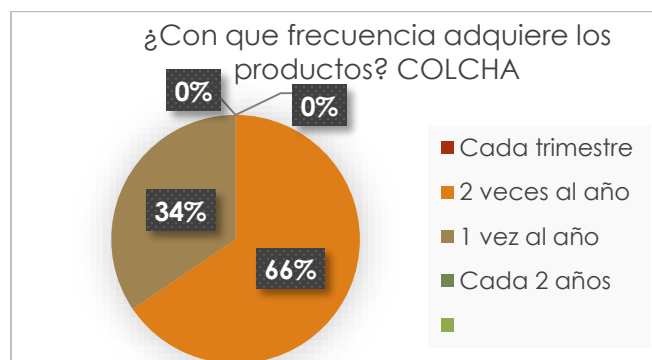
## HAMACA



Gráfica 45 Frecuencia de adquisición de las hamacas.

El 73% de los 41 encuestados que adquirieron una hamaca en los últimos doce meses mencionan que realizan una adquisición de este producto cada año, mientras que el 27% restante realiza una adquisición cada dos años, si se parte de que el tiempo de vida útil de una hamaca textil artesanal es de dos a tres años los datos obtenidos son bastante positivos para la comercialización de este producto pues nos indican que más del 70% de los consumidores finales adquiere al menos una hamaca cada año.

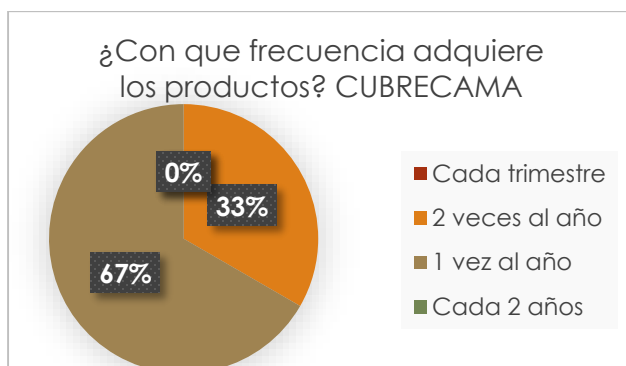
## COLCHA



Gráfica 46 Frecuencia de adquisición de colchas.

Al consultar a los 29 encuestados que dicen haber adquirido colchas en los últimos 12 meses sobre la frecuencia con la cual adquieren estos productos el 66% respondió que adquieren colchas 2 veces al año, un 34% dice adquirirlas 1 vez al año mientras que para las opciones Cada Trimestre y Cada dos años no se obtuvieron respuestas.

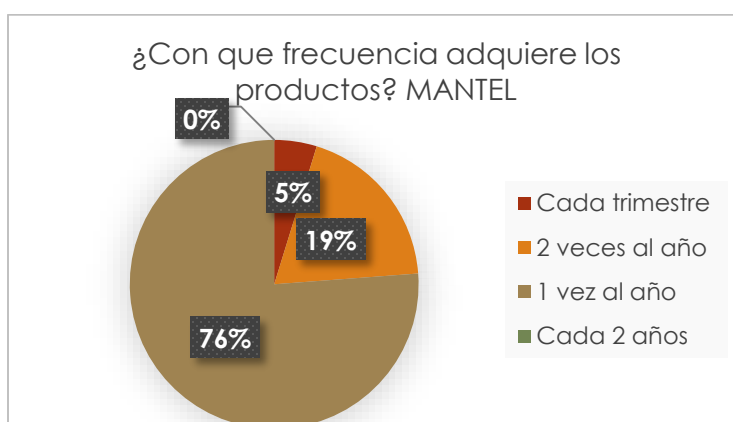
## CUBRECAMA



Gráfica 47 Frecuencia de adquisición de cubrecama.

Un 67% de los tres encuestados que dicen adquirieron cubrecamas en los últimos 12 meses mencionan que su frecuencia de adquisición es una vez al año, un 33% menciona adquirir dichos productos con una frecuencia de 2 veces al año y para las opciones de respuesta cada trimestre y cada dos años no se tienen respuestas registradas.

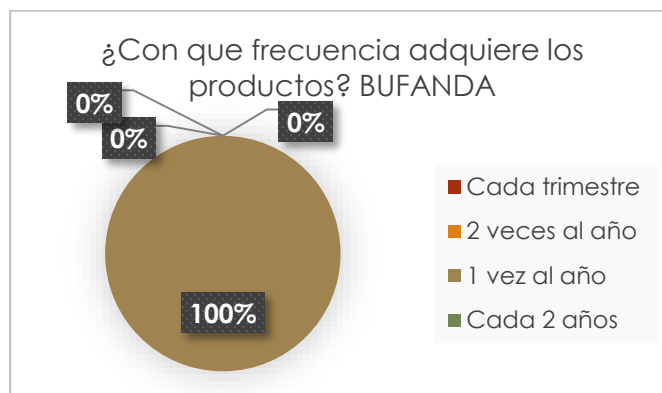
## MANTEL



Gráfica 48 Frecuencia de adquisición de mantel.

La frecuencia con la que adquieren manteles las 21 personas encuestadas que mencionan haber adquirido estos productos en los últimos 12 meses se da de la siguiente manera: el 76% los adquiere 1 vez al año, un 19% adquiere estos productos 2 veces al año mientras que el 5% restante dice adquirir estos productos cada trimestre, para la opción de respuesta cada dos años no se registran menciones.

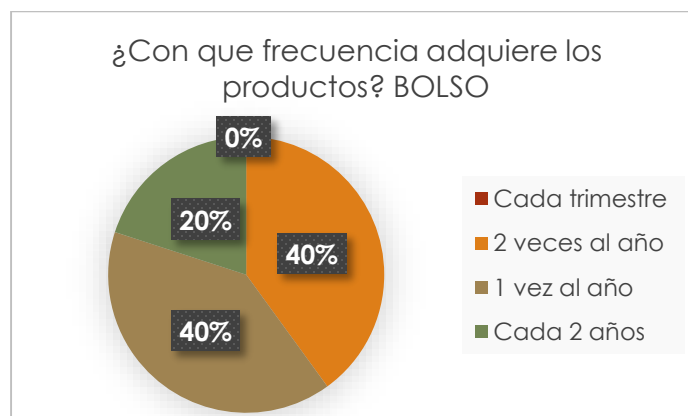
## BUFANDA



Gráfica 49 Frecuencia de adquisición de bufanda.

El 100% de los encuestados que han adquirido bufandas en los últimos 12 meses menciona que su frecuencia de compra para este producto es de una vez al año.

## BOLSO

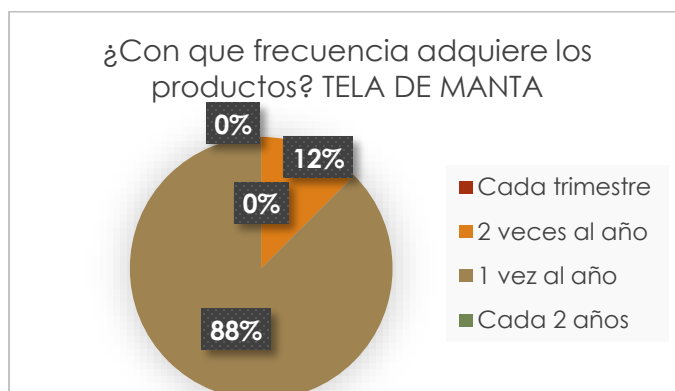


Gráfica 50 Frecuencia de adquisición de bolso,

Un 40% de las personas que han adquirido bolso en los últimos 12 meses menciona tener una frecuencia de adquisición de dos veces al año para este producto, otro

40% dice tener una frecuencia de adquisición para los bolsos de 1 vez al año, un 20% restante menciona que la frecuencia con la cual adquiere un bolso es de cada dos años mientras que la opción de respuesta cada trimestre no presento mención.

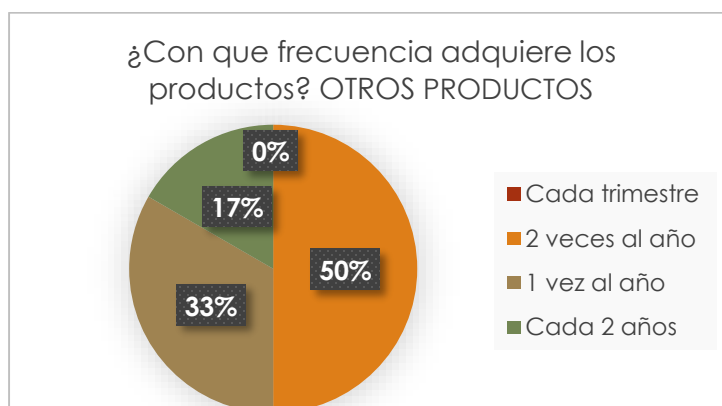
## TELA DE MANTA



Gráfica 51 Frecuencia de adquisición de tela de manta.

El 88% de las 16 personas que han adquirido tela de manta en los últimos doce meses dice adquirir este producto una vez al año, mientras que el 12% restante presenta una frecuencia de adquisición de 2 veces al año en cuanto a las opciones cada trimestre y cada dos años no se obtuvieron respuestas.

## OTRO PRODUCTO TEXTIL



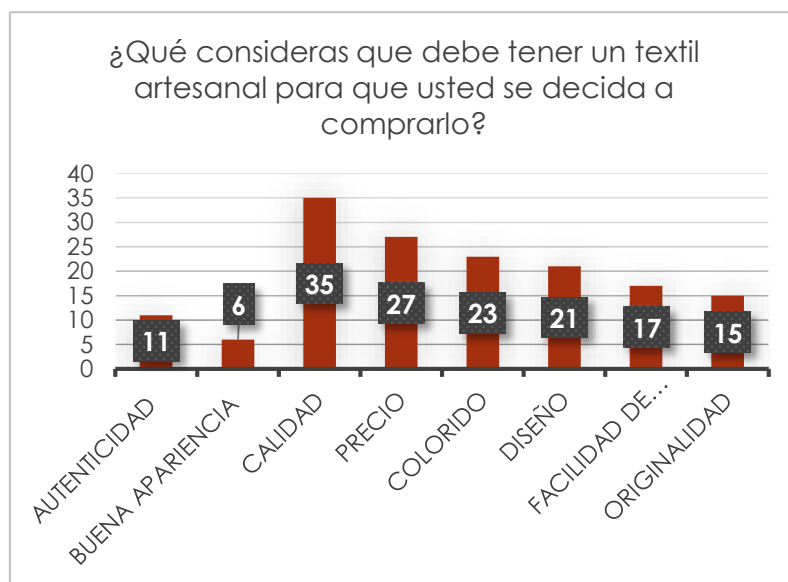
Gráfica 52 Frecuencia de adquisición de otros productos textiles artesanales no mencionados anteriormente.

Según los resultados obtenidos en la pregunta 11 de este cuestionario solo 6 de las 114 personas encuestadas han adquirido otros productos textiles artesanales fuera de los ya antes mencionados los cuales fueron 3 camisas y 3 blusas y al consultar su frecuencia de compra se tiene que el 50% de estas 6 personas adquirieren este tipo de productos 2 veces al año, un 33% los adquieren una vez al año mientras que el 17% restante tiene una frecuencia de adquisición cada 2 años y para la opción cada trimestre no se presentó mención.

**13. ¿Qué consideras que debe tener un textil artesanal para que usted se decida a comprarlo?**

<b>¿Qué consideras que debe tener un textil artesanal para que usted se decida a comprarlo?</b>	<b>Frecuencia</b>
Autenticidad	11
Buena apariencia	6
Calidad	35
Precio	27
Colorido	23
Diseño	21
Facilidad de encontrar	17
Originalidad	15
<b>Total</b>	<b>155</b>

**Tabla 86 Consideraciones que debe de tener un textil artesanal para tomar decisión de compra.**



**Gráfica 53 Consideraciones a tener un producto textil artesanal para tomar decisión de compra**

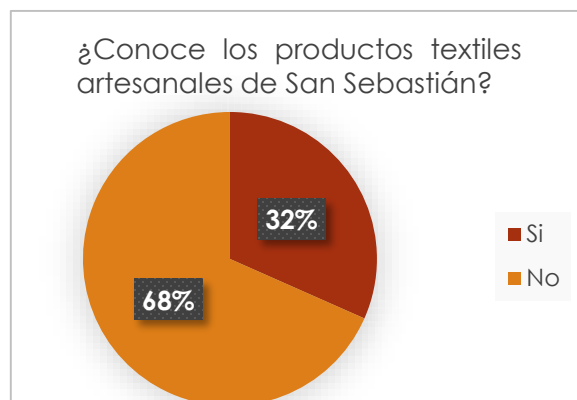
De lo anterior se destaca que Originalidad y Colorido se mencionaban como palabras a relacionar con los productos textiles artesanales en la pregunta 5 de este cuestionario donde recibieron 22 y 35 menciones respectivamente.



#### 14. ¿Conoce los productos textiles artesanales de San Sebastián?

¿Conoce los productos textiles artesanales de San Sebastián?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Si	31	32%
No	67	68%
<b>Total</b>	<b>98</b>	<b>100%</b>

Tabla 87 Nivel de conocimiento por parte de los encuestados sobre los productos textiles artesanales de San Sebastián.



Gráfica 54 Conocimiento sobre los productos textiles artesanales de San Sebastián.

El 68% de las 98 personas consumidoras de textiles artesanales menciona desconocer los productos textiles del municipio de San Sebastián mientras que el 32% restante dice si conocer los productos de San Sebastián. Aunque el porcentaje de desconocimiento de los productos textiles de San Sebastián es bastante alto hay que considerar que el lugar de procedencia de estos productos no es un elemento decisivo para la realización de la compra pues tienen mayor peso factores como la calidad, precio y el colorido del producto según los datos obtenidos en la pregunta 13 de este cuestionario.

**15. ¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a?**

**CALIDAD**

¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a CALIDAD?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Buena	25	81%
Regular	6	19%
Mala	0	0%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

Tabla 88 Opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a Calidad.

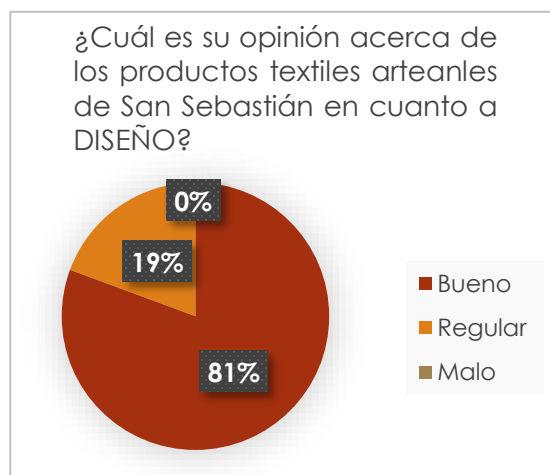


Gráfica 55 Opinión sobre la calidad de los productos textiles artesanales de San Sebastián.

De las 31 personas que mencionaron conocer los productos textiles de San Sebastián el 81% opinan que la calidad de esos productos es buena algo muy importante a destacar ya que según los datos obtenidos con la pregunta 13 de este cuestionario la principal consideración para la realización de la compra de los productos textiles artesanales es la percepción de la calidad con lo que dichos productos gozan, el 19% restante opinan que dichos productos gozan de una calidad regular mientras que ningún encuestado opino que la calidad de los productos de San Sebastián sea mala.

## DISEÑO

¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a DISEÑO?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Bueno	25	81%
Regular	6	19%
Malo	0	0%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>



Gráfica 56 Opinión sobre el diseño de los productos textiles artesanales de San Sebastián.

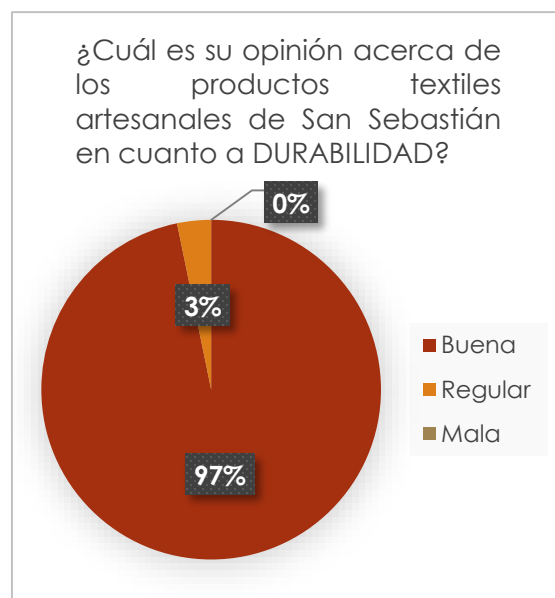
Tabla 89 Opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a Diseño.

Para el 81% del total de 31 personas la opinión del diseño de los productos de San Sebastián es bueno, mientras que el 19% restante opinan que el diseño de dichos productos es regular y hay 0 menciones de opinión para un diseño de los productos textiles artesanales de San Sebastián como malo. Considerando que el diseño del producto es el cuarto factor (de ocho consultados) con mayor porcentaje a considerar por los encuestados según datos obtenidos en la pregunta 13 de este cuestionario para la realización de compra de productos textiles artesanales los productos elaborados en San Sebastián poseen un factor positivo importante a su favor como es el diseño para competir con productos de otros lugares.

## DURABILIDAD

¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a DURABILIDAD?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Buena	30	97%
Regular	1	3%
Mala	0	0%
Total	31	100%

Tabla 90 Opinión acerca de los productos textiles de San Sebastián en cuanto a Durabilidad.



Gráfica 57 Opinión sobre la durabilidad de los productos textiles artesanales de San Sebastián.

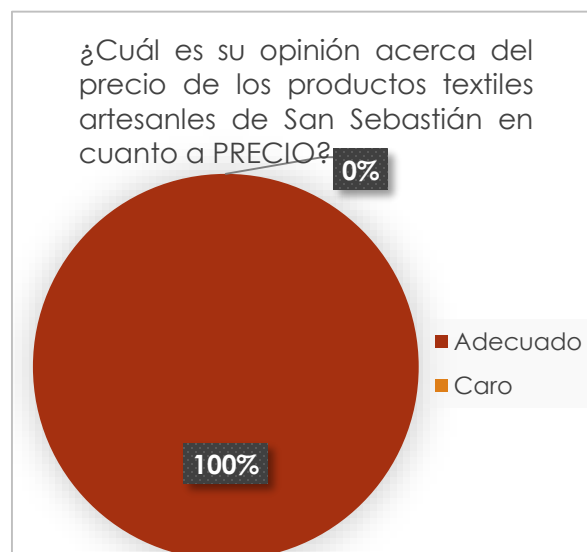
Los datos anteriores indican que la percepción del consumidor de productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a durabilidad es bastante positiva brindando un nuevo elemento de ayuda en la futura comercialización de los productos de la Escuela Taller a facilitar su aceptación en el mercado.

Además, se convierte en un indicador importante a considerar para la selección de la materia prima en este caso hilo a utilizar en la elaboración de los productos que cumpla con ciertos estándares de calidad que permitan lograr una mayor durabilidad del producto y así conservar la percepción que el cliente ya posee sobre los productos.

## PRECIO

¿Cuál es su opinión acerca del precio de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a PRECIO?	Frecuencia	Porcentaje (%)
Adecuado	31	100%
Caro	0	0%
<b>Total</b>	<b>31</b>	<b>100%</b>

Tabla 91 Opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a precio



Gráfica 58 Opinión sobre el precio de los productos textiles artesanales de San Sebastián

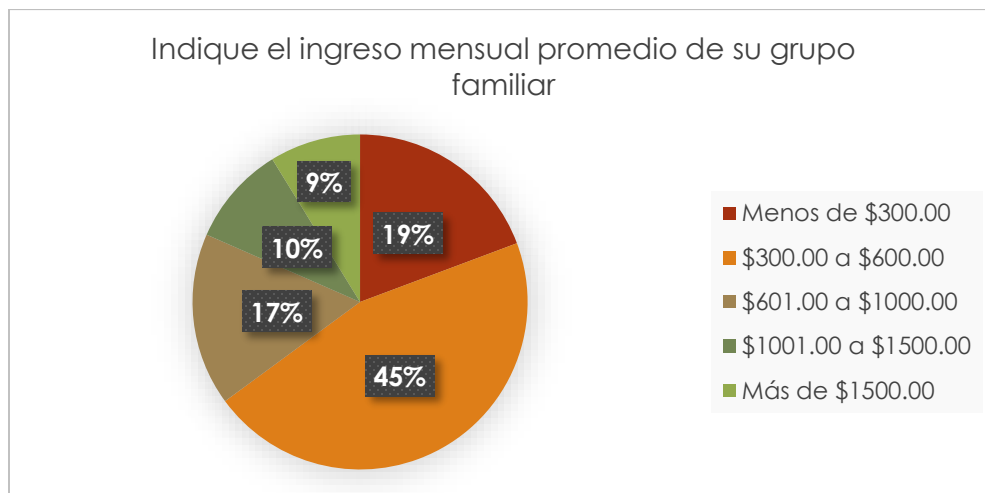
El 100% de los encuestados que dice conocer los productos textiles de San Sebastián tienen la percepción de que los precios con los cuales se adquieren dichos productos son los adecuados, por lo que si los productos que ofrecerá la Escuela Taller son comercializados a precios similares a los que otros talleres de San Sebastián comercializan sus productos estos no tendrán problemas en lograr la aceptación de los consumidores finales.

### 16. Indique el ingreso mensual promedio de su grupo familiar

Indique el ingreso mensual promedio de su grupo familiar	Frecuencia	Porcentaje (%)
Menos de \$300.00	22	19%
\$301.00 a \$600.00	52	46%
\$601.00 a \$1000.00	19	17%

\$1001.00 a \$1500.00	11	10%
Más de \$1500.00	10	9%
<b>Total</b>	<b>114</b>	<b>100%</b>

**Tabla 92 Ingreso mensual de personas encuestadas.**



**Gráfica 59 Ingreso mensual promedio de grupo familiar.**

Al consultar el ingreso mensual promedio del grupo familiar de los encuestados se obtuvo que: el 46% de los 114 percibe un ingreso mensual promedio de \$300.00 a \$600.00, un 19% percibe en su núcleo familiar ingresos menores a \$300.00 mensualmente, un 17% sus ingresos mensuales promedios familiares manifestaron ser de \$601.00 a \$1000.00, 10% de los encuestados señalaron tener ingresos promedios mensuales en su grupo familiar de \$1001.00 a \$1500.00, mientras que ingresos promedios mensuales de más de \$1500.00 solo un 9% de los encuestados señalo percibirlos en su núcleo familiar. Según los datos obtenidos el 81% del total de encuestados percibe en un ingreso promedio mensual en su grupo familiar mayor a los \$300.00.

### 5.5.1 Matriz de Resultados

Hipótesis Relacionadas	Preguntas	Resultados
<b>Objetivo específico: Conocer datos generales como: género, edad, y lugar de residencia de los encuestados.</b>		
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Genero</li> </ul>	El 61% de las personas encuestadas son del género femenino mientras que el 39% restante pertenecen al género masculino.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rango de edad</li> </ul>	De las 114 personas encuestadas el 37% de ellas se encuentran en el rango de edad de 36 a 45 años, un 24% de 18 a 25 años, 21% en el rango de 26 a 35 años y un 18% restante se ubica en un rango de edad de más de 45 años.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿En qué municipio reside?</li> </ul>	<p>El municipio de residencia de los encuestados se tiene de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• San Salvador: 39%</li> <li>• Soyapango: 11%</li> <li>• Santa Tecla: 10%</li> <li>• Mejicanos: 9%</li> <li>• Apopa: 7%</li> <li>• Antiguo Cuscatlán: 4%</li> <li>• Ciudad Delgado: 4%</li> <li>• Cuscatancingo: 4%</li> <li>• Ilopango: 4%</li> <li>• San Marcos: 4%</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• San Martín: 3%</li> <li>• Ayutuxtepeque: 2%</li> </ul>
<b>Objetivo específico: Determinar si la persona encuestada ha adquirido en al menos una ocasión productos textiles artesanales.</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La gran mayoría de las personas ha adquirido productos textiles artesanales.</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Ha Comprado alguna vez productos textiles artesanales?</li> </ul>	<p>El 86% de los encuestados respondió haber adquirido productos textiles artesanales mientras que el 14% restante dijo no haber adquirido productos textiles artesanales en al menos una ocasión. El resultado obtenido valida la hipótesis relacionada pues más del 80% de los encuestados ha adquirido productos textiles artesanales.</p>
<b>Objetivo específico: Conocer cuál es la relación de palabra o palabras que realizan las personas al hablar de textiles artesanales.</b>		
<p><b>La mayoría de la población de San Sebastián relaciona las artesanías textiles como un arte.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué palabra o palabras relaciona con las artesanías textiles?</li> </ul>	<p>Los resultados obtenidos para las diversas opciones de respuesta son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identidad del lugar de procedencia: 35 menciones.</li> <li>• Elaborado a mano: 71 menciones.</li> <li>• Colorido: 35 menciones.</li> <li>• Originalidad: 22 menciones.</li> </ul>
<b>Objetivo específico: Determinar la percepción de calidad que poseen las personas encuestadas sobre los productos textiles artesanales.</b>		



<ul style="list-style-type: none"> <li>Más del 50% de los consumidores percibe que la calidad de los productos textiles artesanales es muy buena.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo califica la calidad de los productos textiles artesanales?</li> </ul>	<p>El 77% de las 98 personas que si consumen este tipo de productos perciben que la calidad de estos productos es muy buena, un 20% califica la calidad de dichos productos como buena y solamente el 3% considera que la calidad de los productos textiles artesanales es regular. No se obtuvieron registro de respuesta para las otras opciones. Con lo anterior se confirma la hipótesis relaciona pues más del 50% de los encuestados percibe la calidad de los productos textiles artesanales como muy buena.</p>	
<p><b>Objetivo específico: Conocer la disposición de pago que poseen las personas sobre los distintos productos textiles artesanales.</b></p>			
<p><b>El precio de los productos textiles artesanales varía de acuerdo al lugar de compra</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuánto está dispuesto a pagar por los productos textiles artesanales?</li> </ul>	<p><b>HAMACA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 9%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 55%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 33%</li> <li>De \$30.01 a \$40.00: 3%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul> <p><b>COLCHA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 46%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 50%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 4%</li> </ul>	<p><b>BUFANDA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 95%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 5%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 0%</li> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul> <p><b>BOLSO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 32%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 46%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 22%</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul> <p><b>CUBRECAMA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 48%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 47%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 4%</li> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 1%</li> </ul> <p><b>MANTEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 86%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 10%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 4%</li> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul> <p><b>TELA DE MANTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 77%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 13%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 10%</li> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul> <p><b>OTRO TEXTIL ARTESANAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>De \$1.00 a \$10.00: 58%</li> <li>De \$10.01 a \$20.00: 32%</li> <li>De \$20.01 a \$30.00: 10%</li> <li>De \$30.01 a \$40.00: 0%</li> <li>Más de \$40.00: 0%</li> </ul>
<b>Objetivo específico: Indagar el conocimiento que poseen los consumidores sobre el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que han adquirido.</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>La mayoría de los consumidores desconoce el lugar de procedencia de los</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Conoce el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que ha comprado?</li> </ul>	<p>El 40% de 98 personas en total respondió si conocer el lugar de procedencia que los productos textiles que ha adquirido, mientras que el 60% restante desconoce de dónde provienen los productos mencionados. Con lo anterior queda confirmada la hipótesis relacionada a la pregunta sobre el lugar de</p>	

<b>productos textiles artesanales.</b>		<p>procedencia de los productos adquiridos pues un 60% de los encuestados desconoce el lugar de procedencia de estos.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué lugar provienen los productos textiles artesanales que ha comprado?</li> </ul>	<p>Los resultados obtenidos al consultar el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que han adquirido los encuestados son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ilobasco: 23%</li> <li>• San Vicente: 15%</li> <li>• San Sebastián: 13%</li> <li>• Ataco: 10%</li> <li>• Guatemala: 10%</li> <li>• Suchitoto: 8%</li> <li>• Concepción Quesaltepeque</li> <li>• Chalatenango: 5%</li> <li>• Cojutepeque: 3%</li> <li>• Santiago Texacuangos: 3%</li> </ul>
<b>Objetivo específico: Conocer que productos textiles artesanales han adquirido los encuestados en los últimos 12 meses, en que época del año o temporada han adquirido dichos productos y la frecuencia de compra que estos poseen.</b>		

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Los productos con mayor adquisición en los últimos 12 meses son las Hamacas y los Manteles.</b></li> </ul>	<p>¿Qué productos textiles ha adquirido en los últimos 12 meses?</p>	<p>Los resultados obtenidos al consultar que productos textiles artesanales han adquirido los encuestados en los últimos 12 meses se tienen los siguientes resultados:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamaca: 41 menciones</li> <li>• Colcha: 29 menciones</li> <li>• Cubrecama: 3 menciones</li> <li>• Mantel: 21 menciones</li> <li>• Bufanda: 16 menciones</li> <li>• Bolso: 20 menciones</li> <li>• Tela de Manta: 16 menciones</li> <li>• Otros: 6 menciones (3 Camisas, 3 Blusas).</li> </ul> <p>Los resultados confirman la hipótesis solo respecto a lo mencionado con las hamacas pues, aunque los manteles han sido adquiridos por 21 personas (de 98) en los últimos doce meses se ven superados por las colchas como segundo producto con mayor adquisición en los últimos doce meses.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Los diferentes productos textiles artesanales</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿En qué época del año o temporada ha</li> </ul>	<p>Los resultados obtenidos sobre la época de adquisición de los productos textiles artesanales es la siguiente:</p>

<p><b>presentan una marcada estacionalidad en sus ventas en el transcurso del año.</b></p>	<p>adquirido los productos?</p>	<p><b>HAMACA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 39%</li> <li>• Semana Santa: 29%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 20%</li> <li>• Navidad: 12%</li> <li>• Otra época del año: 0%</li> </ul> <p><b>COLCHA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 34%</li> <li>• Semana Santa: 32%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 0%</li> <li>• Navidad: 34%</li> <li>• Otra época del año: 0%</li> </ul> <p><b>CUBRECAMA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 33%</li> <li>• Semana Santa: 0%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 0%</li> <li>• Navidad: 67%</li> <li>• Otra época del año: 0%</li> </ul> <p><b>MANTEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 25%</li> <li>• Semana Santa: 25%</li> </ul>	<p><b>BUFANDA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 75%</li> <li>• Semana Santa: 0%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 0%</li> <li>• Navidad: 25%</li> <li>• Otra época del año: 0%</li> </ul> <p><b>BOLSO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 9%</li> <li>• Semana Santa: 13%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 70%</li> <li>• Navidad: 0%</li> <li>• Otra época del año: 9%</li> </ul> <p><b>TELA DE MANTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 50%</li> <li>• Semana Santa: 0%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 0%</li> <li>• Navidad: 25%</li> <li>• Otra época del año: 25%</li> </ul> <p><b>OTRO PRODUCTO TEXTIL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio del año: 17%</li> </ul>
--	---------------------------------	--	---

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vacaciones Agostinas: 0%</li> <li>• Navidad: 50%</li> <li>• Otra época del año: 0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Semana Santa: 17%</li> <li>• Vacaciones Agostinas: 33%</li> <li>• Navidad: 33%</li> <li>• Otra época del año: 0%</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La frecuencia de compra de los productos textiles artesanales como hamacas, manteles, individuales y colchas es de una vez al año.</b></li> </ul>		<p>La época del año para la adquisición de los productos en estudio varía de acuerdo a cada producto, pero si la mayoría de los encuestados dijo haber adquirido algún producto textil artesanal en la época de navidad o inicios de año por lo que la hipótesis es válida.</p>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Con qué frecuencia adquiere los productos?</li> </ul> <p>Los resultados obtenidos sobre la frecuencia de adquisición de los productos textiles artesanales es la siguiente:</p>	
		<p><b>HAMACA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 0%</li> <li>• 1 vez al año: 73%</li> <li>• Cada dos años: 27%</li> </ul>	<p><b>BUFANDA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 0%</li> <li>• 1 vez al año: 100%</li> <li>• Cada dos años: 0%</li> </ul>
		<p><b>COLCHA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 66%</li> <li>• 1 vez al año: 34%</li> </ul>	<p><b>BOLSO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 40%</li> <li>• 1 vez al año: 40%</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada dos años: 0%</li> </ul> <p><b>CUBRECAMA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 33%</li> <li>• 1 vez al año: 67%</li> <li>• Cada dos años: 0%</li> </ul> <p><b>MANTEL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 5%</li> <li>• 2 veces al año: 19%</li> <li>• 1 vez al año: 76%</li> <li>• Cada dos años: 0%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada dos años: 20%</li> </ul> <p><b>TELA DE MANTA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 13%</li> <li>• 1 vez al año: 88%</li> <li>• Cada dos años: 0%</li> </ul> <p><b>OTRO PRODUCTO TEXTIL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cada trimestre: 0%</li> <li>• 2 veces al año: 50%</li> <li>• 1 vez al año: 33%</li> <li>• Cada dos años: 17%</li> </ul>
<p>La hipótesis relaciona a la pregunta no se confirma pues la frecuencia de compra de los productos textiles artesanales en su gran mayoría a excepción de las hamacas según los resultados obtenidos es de al menos dos veces al año.</p>			
<p><b>Objetivo específico: Determinar la consideración o consideraciones que las personas toman en cuenta para tomar la decisión de compra de los productos artesanales textiles.</b></p>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las principales consideraciones que las personas tienen al momento de decidir si</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué considera que debe tener un textil artesanal para que</li> </ul>	<p>La principal consideración que las personas toman en cuenta para adquirir productos artesanales textiles es la calidad con 35 menciones obtenidas, en segundo lugar se tiene el precio con 27 menciones, tercer lugar el colorido con 23 menciones,</p>	

<p><b>comprar o no un producto textil son la calidad y la originalidad del producto.</b></p>	<p>usted se decida a comprarlo?</p>	<p>se ubica en cuarto lugar con 21 menciones el diseño, con 17 menciones la facilidad de encontrar se ubica en quinto lugar, la originalidad registra 15 menciones, la autenticidad obtuvo 11 menciones mientras que la buena apariencia del producto solo obtuvo 6 menciones como consideración para realización de compra. La hipótesis relaciona con la pregunta se confirma solo con respecto al aspecto calidad no así para la originalidad del producto pues este aspecto los encuestados lo ubican en un sexto lugar con 15 menciones de 98 posibles.</p>
<p><b>Objetivo específico Determinar el grado de conocimiento que tienen las personas encuestadas sobre los productos textiles artesanales del municipio de San Sebastián.</b></p>		
<p><b>• Los productos de San Sebastián son conocidos por su buena calidad, diseño y durabilidad.</b></p>	<p>• ¿Conoce los productos textiles artesanales de San Sebastián?</p>	<p>El 32% de 39 personas dice conocer los productos textiles artesanales de San Sebastián, mientras que la gran mayoría el 68% respondió no conocer dichos productos.</p>
	<p>• ¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a CALIDAD?</p>	<p>La percepción sobre la calidad de los productos artesanales textiles de San Sebastián que poseen los encuestados que dicen conocer dichos productos es la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Buena: 81%</li> <li>• Regular: 19%</li> <li>• Mala: 0%</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a DISEÑO?</li> </ul>	<p>En cuanto al diseño de los productos textiles artesanales de San Sebastián la percepción que tienen los encuestados es la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bueno: 81%</li> <li>Regular: 6%</li> <li>Malo: 0%</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastián en cuanto a DURABILIDAD?</li> </ul>	<p>El 97% de los encuestados que dice conocer los productos textiles de San Sebastián opina que su durabilidad es Buena, un 3% opina que es Regular, mientras que no se tienen registros para la opción Mala en cuanto a opinión de durabilidad.</p> <p>La hipótesis se confirma en su tres apartados Calidad, Diseño y Durabilidad pues las personas que dicen conocer los productos textiles artesanales de San Sebastián en su mayoría (81%) consideran que son de buena calidad, en cuanto a diseño 81% considera que poseen buen diseño, mientras que un 97% de los encuestados refiriéndose al apartado de durabilidad opinan que esta es buena.</p>
<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Los consumidores de productos textiles artesanales consideran que los productos de San</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál es su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San</li> </ul>	<p>La opinión sobre los precios de los productos textiles artesanales de San Sebastián que tienen los encuestados que conocen dichos productos es la siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Adecuado: 100%</li> </ul>

Sebastián se comercializan a un precio adecuado.	Sebastián en cuanto a PRECIO?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caro: 0%</li> </ul> <p>La hipótesis se confirma pues el 100% de las personas que dicen conocer los productos textiles artesanales de San Sebastián consideran que poseen un precio de venta adecuado.</p>
<b>Objetivo específico: Conocer los ingresos familiares mensuales por familia de las personas encuestadas.</b>		
Los ingresos de los consumidores es mayor a \$300.00	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indique el ingreso mensual promedio de su grupo familiar</li> </ul>	<p>Los porcentajes obtenidos sobre el rango de ingresos familiares de las personas encuestadas son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Menos de \$300.00: 19%</li> <li>• \$300.00 a \$600.00: 46%</li> <li>• \$601.00 a \$1,000.00: 17%</li> <li>• \$1,001.00 a \$1,500.00: 10%</li> <li>• Más de \$1,500.00: 9%</li> </ul>

Tabla 93 Matriz de resultados mercado consumidor

### 5.5.2 Perfil del consumidor Productos Textiles Artesanales

<b>Edad</b>	<b>Mayor de 18 años</b>
<b>Género</b>	Indiferente
<b>Estado civil</b>	Indiferente
<b>Lugar de residencia</b>	Área Metropolitana de San Salvador (AMSS)
<b>Profesión u oficio</b>	Indiferente
<b>Ingresos Promedio por familia</b>	De \$304.17 en adelante
<b>Hábitos de consumo</b>	<p>Personas que gustan de las artesanías en general, consumidor de productos textiles artesanales o interesados en adquirir productos textiles artesanales si aún no lo hace.</p> <p>Personas dispuestas a pagar por un precio adecuado para la calidad de los productos ofrecidos y que busquen productos con cierto distintivo.</p>

**Tabla 94 Perfil de los consumidores de productos textiles artesanales.**

## **6 MERCADO COMPETIDOR**

El mercado de la producción textil en El Salvador es bastante intenso, sobre todo en el sector industrial, pero en los sectores no industriales también existe mucha competitividad. En el subsector textil artesanal de El Salvador tenemos diversos actores involucrados, entre los que destacan los productores artesanales de San Sebastián. Este pequeño municipio del departamento de San Vicente se ha ganado su sitio en la elaboración productos textiles artesanales, por lo cual analizaremos la competencia interna, para comprender de qué manera, esta puede influir en el proyecto de la Escuela taller de telares de San Sebastián, así como, la consideración de otros actores importantes del subsector textil artesanal.

En cuanto al servicio de capacitación, en el país no hay proyectos relacionados con la formación de artesanos textiles, quienes implementan la enseñanza del oficio, son los mismos talleres que requieren de la mano de obra. Por este motivo, la investigación en el aspecto de la formación, se realiza con los mismos productores.

### **6.1 La Competencia**

En muchos sectores económicos, ya sea, a nivel nacional o internacional, o en el ámbito local, las empresas participan en un mercado, donde otras empresas ofrecen productos y servicios de similares características, estos son sus competidores, cada quien aplica estrategias para posicionar sus productos de mejor manera ante los consumidores. El subsector artesanal textil no es la excepción, relativo a quienes elaboran los productos textiles tradicionales, en él encontramos mayoritariamente micro y pequeñas empresas, con características comunes y otras diversas. En el aspecto de formación, quienes prestan un servicio equivalente, son los mismos talleres productores. Pero antes hay que definir que es competencia.

### 6.1.1 ¿Qué es la competencia?

En economía, competencia se define como aquella situación en la que existe un indefinido número de compradores y vendedores, que intentan maximizar su beneficio o satisfacción, y en la que los precios están determinados únicamente por las fuerzas de la oferta y la demanda.

La competencia es parte de las relaciones entre los agentes económicos en el marco de una economía de mercado. Se considera que una empresa es competitiva en la medida en que es capaz de resistir la competencia de otras empresas en el mercado.

### 6.1.2 Competidores

Se considera como competencia a aquellas empresas que producen o comercializan los mismos productos. También se considera competencia a las organizaciones que ofrecen productos que pueden sustituir a otros bienes.

Los productos textiles artesanales que se comercializan en El Salvador provienen de diferentes lugares del territorio nacional, también provienen de otros países, entre los que destacan los productos del vecino país de Guatemala, bastante significativo con productos como las colchas. Pero la competencia interna es bastante importante.

Los productos elaborados en San Sebastián, tienen bastante reconocimiento entre los consumidores de los productos. No extraña que haya una alta concentración de talleres de telares, en términos relativos y con sus limitaciones, en el municipio de San Sebastián y sean estos una competencia importante a tener en cuenta a la hora de analizar la competencia de los tejidos artesanales.

La competencia en cuanto al servicio de capacitación, informalmente, lo realizan los talleres, con la finalidad de solventar la falta de mano de obra existente.

*Competencia Internacional.* Los productos textiles artesanales que son importados y comercializados en el país tienen diversos orígenes, un caso

realmente significativo son las colchas elaboradas en Guatemala, con reconocimiento entre los consumidores nacionales.

La capacidad de producción que poseen en otros países puede ser un aspecto que los productores nacionales tienen que enfrentar, así también, productos más baratos.

*Competencia Nacional.* La ventaja de los textiles artesanales nacionales está en aspectos adicionales a su funcionalidad, como valor agregado de los productos, su significado cultural y tradicional, y la identificación de los clientes.

El subsector artesanal textil de El Salvador se encuentra poco desarrollado, como se dijo anteriormente la mayoría de las empresas que compiten, son micro y pequeñas empresas.

En el estudio se analiza al subsector textil artesanal e identifica la competencia de la Escuela Taller de Telares de San Sebastián, al ser implementado el proyecto, en el aspecto productivo, como en el servicio de capacitación.

*Competencia Directa.* Son las empresas que actúan dentro del mismo sector y tratan de satisfacer las necesidades de los mismos grupos de clientes.

La competencia directa de la iniciativa de Escuela Taller de Telares de San Sebastián, son aquellos, que empleado un proceso de producción tradicional, que sea considerado artesanal y productores de hamaca de red, elaboren productos similares y con la misma funcionalidad.

*Competencia Indirecta.* Son aquellas empresas que opera en el mismo mercado, con los mismos canales de distribución, que tocan el mismo perfil de potenciales clientes y cubren las mismas necesidades, pero cuyo producto difiere en alguno de sus atributos principales. En el caso de los telares de san Sebastián la competencia indirecta serían los fabricantes Industriales textiles.

Se considera competencia indirecta de la iniciativa de Escuela taller de telares de San Sebastián a los que fabrican productos similares, con procesos industriales, o fabrican productos sustitutos.

### **Técnicas de recolección de información secundaria**

Las fuentes de información secundarias más utilizadas en el mercado competidor son las siguientes.

1. Visitar sitios web con información de los competidores: se procede a recolectar la información necesaria en sitios online o información de que nos permita conocer mejor a la competencia. La información disponible en internet varía de acuerdo a la relevancia del sector o subsector que se esté investigando. Hoy en día es posible encontrar información, prácticamente, de cualquier tema, aunque en algunos casos, nos encontramos con ciertas limitaciones, y puede darse en algún subsector artesanal.
2. Solicitar información del subsector en entidades gubernamentales: si los principales competidores son sociedades, se puede pedir información del subsector, que permita conocer sus ventas, aporte al PIB y demás información relevante, como la cantidad de empresas del subsector, su localización, número de empleados, etc. En la investigación del mercado competidor, se ha hecho uso de fuentes información como DIGESTYC, así como informes del BCR con información del sector textil.
3. Información disponible en revistas y otros medios impresos: como en el punto anterior, algunas instituciones publican revistas e informes, que se pueden conseguir en medio impreso, también hay revistas económicas o de asociaciones de sectores económicos, por citar algunos ejemplos.

### **Técnicas de recolección de información primaria**

Las técnicas de recolección de información primaria que se implementaron son las siguientes:

1. Cuestionario a los productores (dueños o encargados de los talleres)

2. Censo, para obtener datos generales de los artesanos empleados en los talleres de telares de San Sebastián.

## 6.2 Caracterización de la competencia

### 6.2.1 Competencia Directa en Producción de Textiles Artesanales

#### *Talleres de Telares de Palanca*

Los talleres de telares a los que nos referimos en este primer tipo de competidor son los que cumplen con los siguientes criterios.

**Ubicación geográfica:** son los talleres de telares de palanca ubicados en cualquier lugar en el territorio nacional, siempre y cuando cumpla con los demás criterios descritos, que se especifica adelante. También aquellos talleres de telares en algún sitio fuera del país que de igual manera cumplan con los demás criterios.

**Producto:** que elaboran productos con características iguales o similares a los productos elaborados en los talleres de telares de San Sebastián, entre los que encontramos, hamacas de lona, ya sean de algodón o de deferentes tipos de poliéster, manteles de mesa, individuales y otros manteles de uso tradicional en El Salvador, colchas, cubrecamas, bufandas, entre otros. Todos los productos tienen como base tejidos elaborados en telares de palanca, que cumplen el criterio del método de producción que se describe a continuación.

**Método de producción:** el método de elaboración de los productos es totalmente artesanal, mediante la utilización de telares de palanca. El método de elaboración sigue los pasos que emplean los artesanos de San Sebastián de manera tradicional, esto de un carácter distintivo a los productos.

#### *Talleres Artesanales que Utilizan Otro Tipo de Telar*

Este grupo de competidores son también talleres artesanales, tiene algunas características similares a los talleres de San Sebastián, pero también otros que los diferencian.



**Ubicación geográfica:** son los talleres de elaboración textil artesanal ubicados en cualquier lugar en el territorio nacional, que cumplen con los demás criterios descritos, que se especifica adelante. También forman parte de este grupo, los talleres de telares en localidades fuera del país que de igual manera cumplan con los demás criterios.

**Productos:** son los que elaboran productos similares a los elaborados en los talleres de San Sebastián, que cubren la misma necesidad y tienen la misma funcionalidad. Productos como las hamacas de red o maya, colchas con diseños distintos a los tradicionales de San Sebastián, de la misma manera manteles, cubrecamas y bufandas, son algunos ejemplos.

**Método de producción:** el método de elaboración de los productos es totalmente artesanal, en cualquier tipo de telar que no sea el telar de palanca utilizado por los artesanos de San Sebastián. También pueden ser elaborados por otros métodos manuales artesanales.

### **6.2.2 Competencia Indirecta**

#### *Fabricantes Industriales*

Los criterios que los definen se muestran a continuación.

**Ubicación geográfica:** se refiere a toda empresa que fabrica productos como son las hamacas, manteles, colchas, cubrecamas, etc. y que son comercializados en el país, sin importar su lugar de procedencia.

**Productos:** son los que elaboran productos similares, como las colchas, manteles, bufandas, entre otros, y también productos sustitutos (por ejemplo: sillas haraganas).

**Método de producción:** el método de elaboración de los productos es total o parcialmente industrial.

### 6.2.3 Competencia Directa del Servicio de Capacitación

Los criterios que los definen se muestran a continuación.

**Ubicación geográfica:** se refiere a todo proyecto que brinda el servicio de capacitación del oficio artesanal textil en telares de palanca, ubicado en el municipio de San Sebastián, San Vicente.

**Productos:** se considera la capacitación en la elaboración de productos similares a los elaborados por los talleres de San Sebastián.

**Método de producción:** el método de producción que se implementa para la capacitación es con telares de palanca.

### 6.2.4 Caracterización del Artesano

El artesano de los talleres de telares incluidos en la investigación, para la recolección de información, cumple los siguientes criterios.

**Residencia:** el artesano debe tener su lugar de residencia en el municipio de San Sebastián. Para el estudio se tomó en consideración solamente a los artesanos de San Sebastián, debido a que en ese municipio se va ubicar la Escuela Taller, y también debido a la alta concentración de artesanos en la localidad.

**Edad:** deben ser mayores de 16 años, es decir que supere la edad mínima de admisión al empleo, según lo establecido en la Ley de protección integral de la niñez y adolescencia (LEPINA).

**Género:** el género de los artesanos es indiferente, ya que en el oficio se pueden desempeñar tanto mujeres como hombres. Además, se requiere conocer las condiciones de las mujeres en el subsector artesanal.

**Conocimiento del oficio:** el conocimiento que los artesanos deben poseer del oficio es al menos, saber realizar una etapa del proceso de elaboración de los textiles artesanales, ya sea este, en la elaboración de canillas y cañones, urdir el hilo, tejer en los telares, u otras operaciones complementarias como la realización de los manguillos.

## 6.3 Generalidades de la Competencia

### 6.3.1 Artesanos textiles en El Salvador

Para este año la CONAMYPE, tiene registro de 163 artesanos que trabajan con textiles, a los que han atendido. La información proporcionada no es listado de talleres a nivel nacional, debido a que aún no se tiene un censo como tal, sino, solo se trata de los artesanos con los que la institución ha trabajado, en apoyo a este subsector.

#### *Artesanos que trabajan con textiles*

NUMERO DE CLIENTE	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO	ACTIVIDAD
2	AHUACHAPÁN	ATQUIZAYA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
26	CHALATENANGO	CONCEPCIÓN QUEZALTEPEQUE	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
14	CHALATENANGO	LA PALMA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
3	CHALATENANGO	LA REINA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS

			CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
2	CHALATENANGO	NUEVA CONCEPCIÓN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	CHALATENANGO	SAN ANTONIO LOS RANCHOS	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	CHALATENANGO	SAN IGNACIO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	CHALATENANGO	TEJUTLA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
25	CUSCATLÁN	SUCHITOTO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES. FABRICACIÓN DE MECHAS DE MATERIALES TEXTILES

			TRENZADOS O TEJIDOS DE DIVERSOS MATERIALES. FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES.
1	LA LIBERTAD	LA LIBERTAD	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
3	LA LIBERTAD	SANTA TECLA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES. FABRICACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES.
1	LA LIBERTAD	TEPECOYO	VENTA AL POR MENOR DE PRODUCTOS TEXTILES, PRENDAS DE VESTIR, CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO.
1	LA PAZ	OLOCUILTA	ACABADO DE PRODUCTOS TEXTILES MEDIANTE PROCESOS DE: BLANQUEADO Y TEÑIDO
1	LA PAZ	SAN RAFAEL OBRAJUELO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.

1	LA PAZ	SANTIAGO NONUALCO	ELABORACIÓN ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE MATERIALES TEXTILES.	DE   DE
1	LA PAZ	ZACATECOLUCA	ELABORACIÓN ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE MATERIALES TEXTILES.	DE   DE
1	LA UNIÓN	CONCHAGUA	ELABORACIÓN ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE MATERIALES TEXTILES.	DE   DE
4	LA UNIÓN	LA UNIÓN	ELABORACIÓN ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE MATERIALES TEXTILES.	DE   DE
1	LA UNIÓN	NUEVA ESPARTA	ELABORACIÓN ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE MATERIALES TEXTILES.	DE   DE
2	LA UNIÓN	SAN JOSÉ	ELABORACIÓN ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE MATERIALES TEXTILES.	DE   DE

3	MORAZÁN	CACAOPELA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
2	MORAZÁN	DELICIAS DE CONCEPCIÓN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
2	MORAZÁN	EL ROSARIO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	MORAZÁN	JOCOATIQUE	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	MORAZÁN	MEANGUERA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	MORAZÁN	YOLOAIQUIN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.

4	SAN MIGUEL	SAN MIGUEL	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	AGUILARES	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	AYUTUXTEPEQUE	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
3	SAN SALVADOR	CIUDAD DELGADO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	CUSCATANCINGO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	MEJICANOS	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.



2	SAN SALVADOR	NEJAPA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	PANCHIMALCO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	ROSARIO DE MORA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	SAN MARTIN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
9	SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES. ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS DE DIVERSOS MATERIALES.
1	SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS

			CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SAN SALVADOR	SOYAPANGO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
6	SAN SALVADOR	TONACATEPEQUE	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
11	SAN VICENTE	SAN SEBASTIÁN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES. FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES. HILANDERÍAS Y TELARES A MANO.
1	SANTA ANA	CHALCHUAPA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SANTA ANA	EL CONGO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS

			ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
5	SANTA ANA	SANTA ANA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
2	SONSONATE	NAHUIZALCO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	SONSONATE	SALCOATITAN	FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS CONFECCIONADOS DE MATERIALES TEXTILES EXCEPTO PRENDAS DE VESTIR.
1	SONSONATE	SONZACATE	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	USULUTÁN	ALEGRÍA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	USULUTÁN	BERLÍN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS

			ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	USULUTÁN	PUERTO EL TRIUNFO	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	USULUTÁN	SANTIAGO DE MARÍA	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	USULUTÁN	TECAPAN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.
1	USULUTÁN	USULUTÁN	ELABORACIÓN DE ARTESANÍAS CONFECCIONADAS ESPECIALMENTE DE MATERIALES TEXTILES.

**Tabla 95 Artesanos atendidos por CONAMYPE. Fuente: CONAMYPE - 2018**

En la tabla anterior el Número de Cliente, se refiere a los artesanos que han sido atendidos/recibido apoyo por parte de CONAMYPE.

### Resumen: Artesanos que trabajan textiles

DEPARTAMENTO	ARTESANOS ATENDIDOS
AHUACHAPÁN	2
CHALATENANGO	48
CUSCATLÁN	25
LA LIBERTAD	5
LA PAZ	4
LA UNIÓN	8
MORAZÁN	10
SAN MIGUEL	4
SAN SALVADOR	29
SAN VICENTE	11
SANTA ANA	7
SONSONATE	4
USulután	6
<b>TOTAL, DE ARTESANOS ATENDIDOS</b>	<b>163</b>

Tabla 96 Resumen, artesanos atendidos por CONAMYPE, por departamento. Fuente: Elaboración propia

#### 6.3.2 La Competencia Directa a nivel nacional fuera de San Sebastián

La competencia directa, que podría tener la Escuela taller de telares de San Sebastián, está localizada a lo largo del país, en diversos pueblos.

A continuación, se describen algunos de estos productores de textiles artesanales

- Diconte Axul. Taller de telares artesanales ubicado en el municipio de Concepción de Ataco. Entre sus productos se tienen: manteles, hamacas de tela, colchas, bufandas, centros de mesa etc.
- Taller Nagüilla. Taller de telares artesanales ubicado en el municipio de Santiago Texacuangos. Entre sus productos se tienen: manta de colar, pie

de cama, cubrecama, manteles individuales, posavasos, chalina, nagüilla, paños de los historiadores, etc.

- Hamacas de Concepción Quezaltepeque, Chalatenango. Entre los productos que se encuentra en dicha municipalidad se tienen: hamacas de nylon, seda y tela.

### *Concepción de Ataco*

**Tienda y taller de artesanías:** Diconte Axul.

**Tipo de telar:** de Palanca

**Materiales:** Lana, algodón y henequén

### *Taller Nagüilla – Santiago Texacuangos*

**Tipo de telar:** de Palanca

**Materiales:** Algodón e hilo sintético

**Colaboración:** Diseñadora Artesanal Lourdes Mena, con "QUMBO", tienda que reúne productos artesanales de diferentes rubros.

**Asociación:** se formó una cooperativa compuesta por alrededor de 30 tejedores.

Producto	Característica	Precio (Unitario)	Cantidad Mínima para un Pedido	Telares capaces de realizar el producto
Manta de colar (27x22" o 27x20")	Algodón y poliéster	\$ 0,75	15 docenas	2
Pie de cama	100% algodón teñido con añil	\$ 12 \$ 18 - \$ 20	100 unidades	2
Cubrecama	Teñido con añil	\$ 35 \$ 145 (matrimonial)		1
Manteles individuales	Algodón crudo teñido de añil	\$ 2 \$ 4,50	100	2

Posavastos	Sobrantes de telas tejidas	\$ 1 \$ 2		1
Chalina	Hilo sintético Algodón crudo Teñido con añil	\$ 3,50 \$ 3,50 \$ 9	100	2
Nagúilla (tela Pacha)		\$ 3,50 (yardas)	200 yardas	3
Paños de Los Historiantes	A los habitantes al turismo	\$ 3 \$ 6	75 yardas	3

Tabla 97 Productos elaborados en telares, en Santiago Texacuangos , Fuente: Tesis Estudio descriptivo e historico sobre el trabajo en los telares de palanca del municipio de Santiago Texacuangos, San Salvador, 2014. Fuente: Universidad Dr. Jose Matias Delgado.

### *Hamaca de Concepción Quezaltepeque, Chalatenango*

**Tipo de telar:** Diversos. Los métodos utilizados en la elaboración varían, desde la forma más rústica, que consiste en anclar los materiales a utilizar en árboles o postes a lo largo de las calles o patios de las casas, hasta los tradicionales telares de pedal o palanca.

**Materiales:** Fibra de maguey (pita), la seda, nylon y otros productos sintéticos. La gama de materiales utilizados para su elaboración no es muy variada.

**Precios:** Los precios varían dependiendo de los materiales usados y el tamaño, pero se encuentran desde unos \$15.

### Descripción de las hamacas elaboradas en Concepción Quezaltepeque

Tipo de hamaca	Algodón	Nylon	Poliseda	Jersey	Persa	Sedalina	Papelillo
<b>Producto</b>	Hamaca de Algodón	Hamaca de Nylon	Hamaca de Poliseda	Hamaca de Jersey	Hamaca de Persa	Hamaca de Sedalina	Hamaca de Papelillo
<b>Tipo de telar a utilizar</b>	Telar Vertical	Telar Vertical	Telar Vertical	Telar Vertical	Telar Vertical	Telar Vertical	Telar Vertical
<b>Fibra utilizada en la urdimbre</b>	100% Algodón	Nylon	Poliseda	Jersey	Persa	Sedalina	Papelillo
<b>Peso</b>	16lbs.	20lbs	15lbs.	23lbs.	21lbs	17lbs	14lbs
<b>Medida</b>	Tejido relajado 207x166cm	Tejido relajado 249x170cms.	Tejido relajado 200x170cms.	Tejido relajado 145x166cms	Tejido relajado 145x166 cms.	Tejido relajado 207x166cms.	Tejido relajado 249x170cms.
<b>Título</b>	Ne 12/8	Ne 210/90	Ne 210/36	Grosor: ± 1cm	Grosor: ± 1cm	Ne12/8	Grosor: ± 0.50 cms
<b>Color</b>	Crudo	Rojo, amarillo y turquesa	Amarillo	Blanco y rosado	Poca gama de colores	Multicolor	Amarillo, verde, rojo, naranja y azul



<b>Fibra utilizada en la trama</b>	100% Algodón	Nylon	Poliseda	Jersey	Persa	Sedalina	Papelillo
<b>Título</b>	Ne12/8	Ne 210/90	Ne 210/36	Grosor: ± 1cm	Grosor: ± 1cm	Ne12/8	Grosor: ± 0.50 cms
<b>Color</b>	Crudo	Rojo, amarillo y turquesa	Amarillo	Varía según temporada	Varía según temporada	Multicolor	Amarillo, verde, rojo, naranja y azul
<b>Propiedades del hilo</b>							
<b>Resistencia</b>	52 kg/fuerza = 114.40 lbs.	82 kg/fuerza = 180.4 lbs	100 kg/fuerza = 220 lbs	50 kg/fuerza = 110 lbs.	33 Kg/fuerza = 72.6lbs	100 kg/fuerza = 220lbs	33 Kg/fuerza = 72.6 lbs.
<b>Brillo</b>	No posee	Posee	No posee	Posee	No posee	No posee	Posee
<b>Origen de la fibra textil</b>	Natural	Sintético	Sintético	Sintético	Sintético	Sintético	Sintético
<b>Colores existentes</b>	Crudo	Aproximado de 25 colores diferentes.	Un aproximado de 10 colores diferentes	Varía según temporada	Varía según temporada	Un aproximado de 30 colores	Amarillo, verde, rojo, naranja y azul

<b>Observaciones</b>	En caso de usar fibra de algodón en color será con un previo teñido que el artesano hace y esto por lo general es usando añil como colorante. Tanto en urdimbre como en trama se usa el hilo retorcido usando dos cabos	Cada cabo de hilo este retorcido con otro cabo para aumentar el grosor de la fibra y poder tejer así la hamaca.	Cada cabo de hilo esta retorcida con otro cabo para aumentar el grosor de la fibra y poder tejer así la hamaca.	Esta fibra está cortada en tiras de grosor de $\pm$ 1 cm, esta no lleva un retorcido previo.	Esta fibra está cortada en tiras de grosor de $\pm$ 1 cm, es el sobrante el que se utiliza como materia prima para tejer la hamaca, esta no lleva un retorcido previo.	Cada cabo de esta fibra es retorcida con 24 hilos (12pares) más para poder formar un solo cabo más gruesa y resistente y retorcerla posteriormente con otra hebra conformada por otras 24 hebras de hilo (ya retorcidas) y así poder tejer.	Esta fibra es separada previamente en 4 partes y posteriormente es retorcida en pares por ello su grosor no es exacto se especifica que es un grosor $\pm$ 0.50 cms.
----------------------	---	---	---	--	--	---	--

Tabla 98 Descripción de las hamacas elaboradas en Concepción Quezaltepeque. Fuente: Elaboración propia basado en Tesis Registro del proceso de elaboración de Hamacas en telar vertical y clasificación de las variantes de diseño en el Municipio de Concepción Quezaltepeque, Chalatenango, 2012, Universidad Dr. Jose Matias Delgado.

### 6.3.3 Fabricantes de telas de El Salvador

Según los datos proporcionados por el MINEC, a través de la DIGESTYC, para el año 2016, había 29 fabricantes de telas y maquiladores de tela, del sector industrial, legalmente constituidos, los cuales se presentan en la siguiente tabla.

#### *Actividad Económica: Producción de Tejidos*

Departamento	Municipio	CiiuRV4	Actividad	Nombre Comercial
LA LIBERTAD	SANTA TECLA	131200 1	Fabricación de telas	POLYFIL
LA LIBERTAD	SANTA TECLA	131200 1	Fabricación de telas	J. E. AFANE Y CIA
LA LIBERTAD	SANTA TECLA	131200 1	Fabricación de telas	V.H. INTERNATIONAL, S. A. DE C. V.
SANTA ANA	CANDELARIA DE LA FRONTERA	131200 1	Fabricación de telas	PETTENATI CENTRO AMÉRICA, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	AGUILARES	131200 1	Fabricación de telas	INSINCA, S. A
SAN SALVADOR	EL PAISNAL	131200 1	Fabricación de telas	RAYONES DE EL SALVADOR, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	EL PAISNAL	131200 1	Fabricación de telas	IUSA
SAN SALVADOR	EL PAISNAL	131200 1	Fabricación de telas	TEXTILES FACELA, S.A. DE C.V.
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	CREATEXIL EL SALVADOR, S.A. DE C.V.
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	TEXTILES ST. MICHAEL

SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131280 1	Maquilado de telas	MULTI – KNIT
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	INVERSIONES COOPER, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	NEMTEX, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	CREACIONES GLODETTE, S. A. DE C. V
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	GOLDEN TECNOLOGÍA EL SALVADOR, S. A DE C.V.
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	MIREIN
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	LYCRATEX, S, A, DE C, V.
LA LIBERTAD	SAN JOSÉ VILLANUEVA	131200 1	Fabricación de telas	BODET-HORST, S.A. DE C.V.
LA LIBERTAD	SAN JOSÉ VILLANUEVA	131200 1	Fabricación de telas	HANESBRANDS EL SALVADOR
LA LIBERTAD	SAN JOSÉ VILLANUEVA	131280 1	Maquilado de telas	UNIQUE, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	131200 1	Fabricación de telas	TEXTUFIL, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	131280 1	Maquilado de telas	CONFECCIONES GAMA, S.A. DE C.V.

SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	131200 1	Fabricación de telas	EXPORTADORA TEXTUFIL, S. A. DE C. V.
SAN SALVADOR	SAN SALVADOR	131200 1	Fabricación de telas	INDUSTRIAS MIGUEL SAMOUR, S.A. DE C.V.
LA PAZ	ZACATECOLUCA	131200 1	Fabricación de telas	TEXSPIN, S.A. DE C.V.
LA LIBERTAD	ANTIGUO CUSCATLÁN	131200 1	Fabricación de telas	DFES LTDA DE C.V.
SAN SALVADOR	SANTO TOMAS	131200 1	Fabricación de telas	INDUSTRIAS SIMAN HERMANOS, S. A. DE C. V.
LA LIBERTAD	SAN JOSÉ VILLANUEVA	131200 1	Fabricación de telas	SUPERTEX LOURDES, SA DE CV
SAN SALVADOR	SAN MARCOS	131200 1	Fabricación de telas	INDUSTRIAS DURAFLEX, S. A. DE C. V.

**Tabla 99 Fabricantes de telas 2016. Fuente: MINEC. Registro administrativo, Lista de Empresas 2016**

Las exportaciones de tejidos fueron el 12% del total de exportaciones de textiles para el año 2015, según el último informe publicado por CAMTEX.



Ilustración 13 Exportaciones de tejidos al cierre de 2015. Fuente: Informa CAMTEX 2015 - BCR

### 6.3.4 La competencia fuera de las fronteras nacionales

#### 6.3.4.1 Tejidos artesanales de Guatemala

Los tejidos tradicionales caracterizan a Guatemala, existen diferentes tipos de tejidos, elaborados en diversas técnicas centenarias.

Los tejidos tradicionales son hechos por mujeres, en unos artefactos llamados telares de cintura o palitos, conlleva un procedimiento un tanto complicado de tramas y urdimbre. Hay más de 350 diferentes diseños y una gran variedad de colores de tejidos tradicionales.

En Guatemala también se elaboran tejidos por medio de telares de pedal. Al igual que en El Salvador, fueron los españoles quienes introdujeron el telar de pedal, que es utilizado por los indígenas para la fabricación de grandes piezas de algodón y de lana. Los hombres hacen las alfombras, colchas, las mujeres: Cubiertas mantel, servilletas, bolsas, etc.

Las Principales Artesanías Textiles Exportadas de Guatemala son:

- Individuales y servilletas
- Bufandas

- Manteles
- Trajes típicos
- Caminos de mesa
- Cojines
- Monederos, entre otros.

*Características de la Industria en Guatemala:* Muchos productores se han agrupado y conformado organizaciones de apoyo productivo, social y comercial. Así mismo, existe un sector empresarial que ha invertido y logrado exportar productos artesanales guatemaltecos a diferentes destinos del mundo. En la actualidad diversas instituciones que agrupan a las asociaciones de artesanos. En el 2007 se reportaron más de 30 empresas exportadores de productos artesanales textiles. Dentro de estas empresas se encuentran empresas que exportan accesorios textiles de distintas clases como lo son: Artículos textiles con tintes naturales (6 empresas), prendas de vestir (14 empresas), tela típica (13 empresas) textiles artesanales de decoración (18 empresas), textiles artesanales para baño (1 empresa), para cama y dormitorio (8 empresas) para mesa y cocina (17 empresas), entre otras.



**Gráfica 60 Exportaciones Artesanías Guatemaltecas. Fuente: AGEXPORT.**

De los rubros de productos importados de Guatemala a El Salvador, los materiales textiles (tejidos o telas), posee el segundo lugar en importancias. A continuación, se presentan las importaciones de dichos productos para 2010 y 2011.

Rubro	2010 (Monto en miles de US\$)	2011 (Monto en miles de US\$)
Materiales textiles (tejidos y telas)	66,735.40	81,172.60

Tabla 100 Detalle de importaciones de textiles de Guatemala a El Salvador. Fuente: AGEXPORT 2011

## 6.4 Selección de técnica de muestreo

### 6.4.1 Muestreo No Probabilístico

El muestreo no probabilístico (o muestreo no aleatorio) es la técnica de muestreo donde los elementos son elegidos a juicio del investigador. No se conoce la probabilidad con la que se puede seleccionar a cada individuo.

Debido a que no se cuenta con un dato completo sobre el número de talleres del municipio y el número de artesanos que laboran en estos, se determinó realizar un muestreo no probabilístico.

#### 6.4.1.1 Muestras homogéneas

En la muestra homogénea las unidades a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares. Para el estudio de la competencia la selección se realizó en base al perfil establecido en el punto 7.14, Talleres de Telares de Palanca y también conforme al punto 7.17.

Para el estudio del mercado competidor, se realizó la selección de las unidades a evaluar en desde el punto de vista geográfico, en dos niveles.



Primero el municipio; se determinó, analizar los talleres de telares de San Sebastián, ya que, en este municipio estará ubicada la Escuela Taller. Además, los talleres locales serían la principal competencia para la Escuela Taller de Telares.

En segundo lugar, se determinó como uno de los criterios, un área específica dentro del municipio, ya sea el área urbana o el área rural.

Se decidió realizar la investigación en el área urbana del municipio, donde:

1. **Los talleres están mayormente concentrados.** Es posible encontrar un telar a unas cuabras de distancia. La recolección de información se realiza en menos visitas, pudiendo aprovechar mejor cada día de visita.
2. **Se requieren menos recursos.** Seleccionar esta zona del municipio reduce el costo y el tiempo de transporte.
3. **Los talleres más fuertes se encuentran en el casco urbano.** La accesibilidad en el área urbana es una ventaja que los talleres aprovechan y los que se encuentran en esta zona son los más fuertes, y por ende más significativos a la hora de realizar el estudio.
4. **Hay mayor seguridad en el casco urbano.** La seguridad del equipo de investigadores es un aspecto importante a tener en consideración y el casco urbano, proporciona la tranquilidad y la confianza de contar con la delegación de la policía, además de contar con el acompañamiento de personal de la Alcaldía Municipal.

Para la recolección de información se procuró visitar la mayor cantidad posible de talleres del casco urbano del municipio. Pudiendo abarcar casi la totalidad de los talleres de la zona.

## 6.5 Selección y diseño de instrumentos

### 6.5.1 Técnicas para la investigación del mercado competidor

El estudio de mercado es muy importante para asegurar la conveniencia del proyecto de la escuela taller, y para la realización de este, en lo relativo al mercado competidor, como a los demás mercados, se pueden aplicar diversas técnicas.

#### 6.5.1.1 Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de recolección usadas por este equipo de investigación. Consiste en diseñar un cuestionario de preguntas como instrumento de registro de las opiniones de los productores de textiles artesanales, que además pueden brindar el servicio de capacitación en el oficio.

El modo de aplicación de la técnica establecida, es de Encuesta personal, que se describe de la siguiente manera.

#### *Encuestas personales:*

Implica hablar con la persona encargada del taller, pudiendo a través del trato directo con él, explorar los aspectos determinados y sondear algunos puntos específicos.

En la realización de las encuestas a los productores, se aplicó técnicas de sondeo, este se describe a continuación.

**Sondeo.** El sondeo busca motivar a los encuestados para que amplíen, aclaren o expliquen sus respuestas; también los ayuda a concentrarse en el contenido específico de la entrevista y a que brinden sólo la información relevante. El sondeo no debe generar ningún sesgo.

**La Encuesta de productores de textiles artesanales:** este instrumento va destinado solo a los encargados o dueños de talleres, ya que ellos tienen el conocimiento de aspectos relacionados con la comercialización, la operación del

negocio y los problemas que enfrentan. También obtener información en lo relativo a la formación de nuevos artesanos.

La encuesta está dividida en cuatro bloques, que son los siguientes.

1. **Caracterización del taller.** En este apartado se recoge el nombre del taller, productos que elaboran y los que más se venden.
2. **Caracterización del cliente.** Implica la información relevante para identificar al tipo de cliente, lugar de procedencia, entre otros.
3. **Competencia.** Permitirá saber de dónde proviene la competencia y que tipo de productos son la tiene la competencia.
4. **Operación del negocio.** Implica la recolección de información sobre el abastecimiento, producción y comercialización. También se busca obtener información de la formación en el oficio, que pueden estar implementando los talleres.

#### **6.5.1.2 Censo**

El censo es el conteo de la población de artesanos en que laboran en los talleres de telares, a fin de constatar la cantidad de personas y que necesidades o características específicas tienen.

*El Censo de artesanos textiles de San Sebastián:* está destinado principalmente a los artesanos. Por medio de este instrumento se obtuvo información relacionada con sus conocimientos del oficio, su producción diaria, el horario de trabajo, entre otros. Además, se obtuvo información general del negocio como: el nombre del taller y el número de equipo con el que cuentan.

#### **6.5.2 Instrumentos: Censo de Artesanos y Encuesta de Talleres**

Los instrumentos formulados para el Censo y la Encuesta, se encuentran en los Anexos 4 y 5 respectivamente.

## 6.6 Recolección de Datos

Para un mejor análisis del mercado competidor se recolectó información de los competidores en artesanías textiles y el número de talleres existentes en el casco urbano del municipio de San Sebastián.

La metodología de investigación comprende los siguientes pasos, los cuales se seguirán para obtener información directa de la competencia.

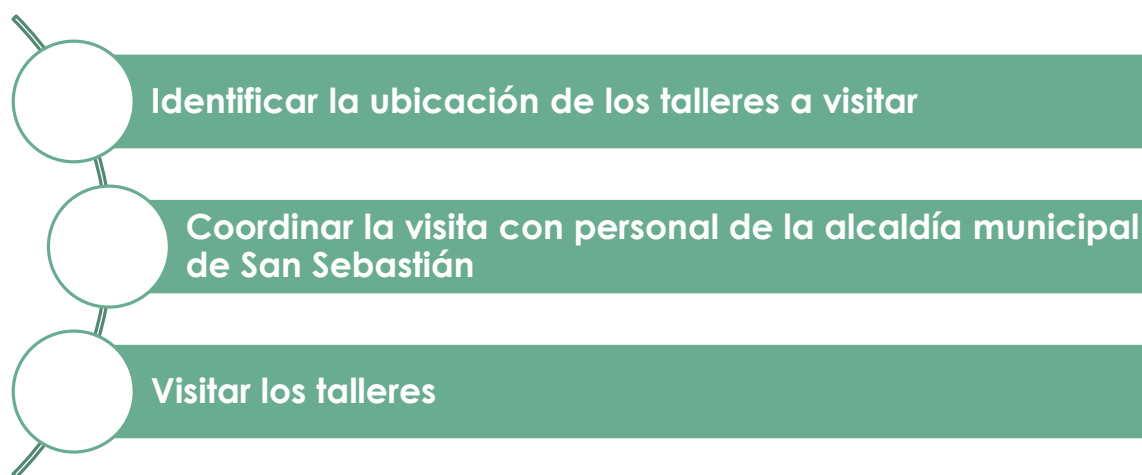


Ilustración 14 Metodología para la recolección de información del Mercado Competidor

### 6.6.1 Identificar la ubicación de los talleres a visitar

Se determinó realizar el censo en los talleres del área urbana del municipio, por varios motivos, como:

- a. La seguridad del equipo de investigación
- b. La dispersión de los talleres en el área rural del municipio
- c. Otro motivo, es que la mayoría de los talleres de telares y los más fuertes, se encuentran en el área urbana, por lo que la información del área rural, sería mucho menor

La Alcaldía Municipal de San Sebastián realiza un censo de los talleres existentes en el casco urbano. Según la información proporcionada por la Alcaldía de San

Sebastián existen 16 talleres con 96 telares en total, pero no se contaba con información detallada sobre esta, por lo que se realizó un censo para corroborar y generar más información.

Las visitas realizadas para encuestar a los productores y censar a los artesanos, los talleres visitados fueron los siguientes.

### *TALLERES DE SAN SEBASTIÁN ENCUESTADOS*

<b>Numero de taller</b>	<b>Nombre del taller</b>	<b>Dirección del taller</b>	<b>Numero de colaboradores</b>
1	RIVERA PALACIOS	7 ave. Norte, Barrio Guadalupe	9
2	ARIAS	3ra. Avenida Norte, Barrio Guadalupe; Casa No. 3	2
3	RIVERA	Barrio San Antonio	1
4	CONSTANZA	Barrio Guadalupe Colonia los Cocos	14
5	ROSMERY	San Antonio, Calle San Lorenzo	7
6	GUZMÁN	Barrio San Antonio, 11 av. Sur N°6	2
7	ROSALES	calle 3 de mayo, Barrio San Antonio	4
8	NOEMÍ	Barrio San Antonio, calle Arrieta Gallegos N° 67, San Sebastián	7
9	EMMANUEL	Barrio Guadalupe	12
10	CHINGU	2da calle poniente Barrio San Antonio	8
11	MORENO	2da calle poniente, Barrio San Antonio	10
12	CARLOS	Barrio San Antonio	1
13	MORENO ARGUETA	2da calle poniente Barrio San Antonio	10
14	CARLOS BARAHONA	Calle Andrés Mollins N° 4	4
15	MARÍN	1ra av. Norte, Barrio Guadalupe	1
16	LUCY	9ª Av. Sur Barrio San Antonio.	6
17	EL PORTALITO	Calle Minerva #2, Barrio El Transito	8
18	BARAHONA	Barrio San José # 10	10

19	PRODUCTOS TEXTILES SAN SEBASTIÁN	12 Av. Norte, Barrio El Transito casa #5	8
20	CASA JOVEL	Barrio Guadalupe 2ª Av. Norte pasaje Rodríguez	2
21	MEJÍA	1ra, Avenida Norte, Barrio Guadalupe	4
22	GARCÍA	Calle 15 de Septiembre casa Santuario	2

Tabla 101 Talleres de San Sebastian Encuestados. Fuente: Elaboracion Propia

No se pudo contar con acceso a 3 talleres, por estar cerrado o que el encargado no estuvo dispuesto a recibirnos en las visitas, haciendo un total de 25 talleres en el Municipio de San Sebastián.

#### 6.6.2 Coordinación de la visita con personal de la Alcaldía Municipal de San Sebastián

Se realizó una reunión previa, a la visita de los talleres, con la contraparte principal, la Alcaldía de San Sebastián, en las oficinas municipales, y con la presencia de una representante de la Asociación Intermunicipal del Valle de Jiboa (MIJIBOA). Esta reunión tuvo como propósito, presentar los instrumentos de recolección de información y concertar fechas para la visita a los talleres.

#### 6.6.3 Visitar los talleres

La visita a los talleres de telares de San Sebastián se realizó en los días jueves 24 y miércoles 30, del mes de mayo de 2018. Se contó con el acompañamiento de personal de la Alcaldía Municipal.

**Nota:** Dentro del análisis de la encuesta a productores, se refiere al productor o encargado, como representante de un taller exclusivamente, dado que el instrumento de recolección de información, fue implementado para recabar las respuestas de solo un representante por cada taller, por lo que las respuestas del representante son asignadas al taller como tal. No así el censo, que fue

implementado para la recolección de información de todos los artesanos presentes en su lugar de trabajo, en cada taller visitado.

## 6.7 Análisis de Datos de Encuesta a Productores

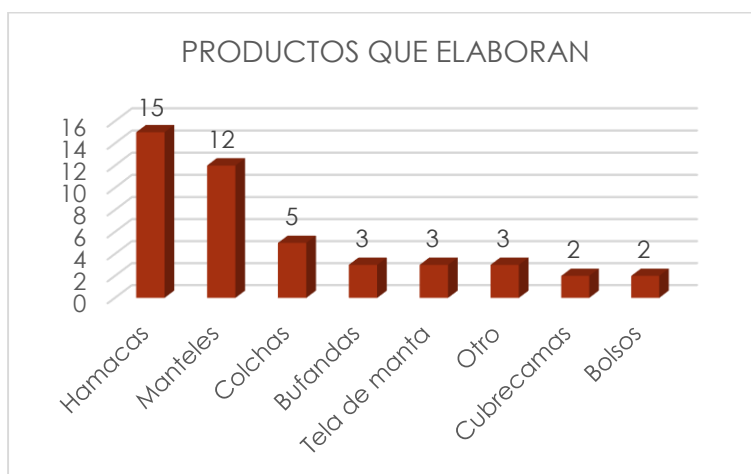
### 1. ¿Qué productos elabora en el taller?

Productos	Frecuencia de talleres
Hamacas	15
Manteles	12
Colchas	5
Bufandas	3
Tela de manta	3
Otro	3
Cubrecamas	2
Bolsos	2
<b>Total</b>	<b>45</b>

Tabla 102 Productos elaborados por los talleres de telares

Otros
Columpio
Mosquitero
Chal

Tabla 103 Otros productos elaborados en los talleres de telares



Gráfica 61 Productos elaborados en San Sebastián

Como se muestra en la gráfica 67, en el Municipio de San Sebastián predomina la producción de hamacas, producto que se elabora en 15 talleres, seguido por la elaboración de manteles, en 12 talleres y con una menor frecuencia la elaboración de colchas, bufandas, tela de manta y otros productos, como los columpios, centros de mesa y bufandas, seguido por la elaboración de cubrecamas y bolsos.



Este resultado corrobora que los productos más reconocidos y apreciados de San Sebastián son las hamacas y los manteles, por tanto, son los productos que producen en mayor cantidad los talleres locales.

De los 22 talleres encuestados, 15 solo elaboran un producto. Mientras que solo 2 talleres elaboran 7 productos distintos y otros 2, elaboran 5 productos distintos. Esto comprueba la poca diversificación en la producción de los talleres locales, que en su mayoría apuesta a la elaboración de un solo producto.

## 2. ¿Cuál de los productos se vende más?

Productos	Frecuencia de talleres
Hamacas	13
Manteles	9
Colchas	3
Bufandas	1
Tela de manta	1
Cubrecamas	0
Bolsos	0
Otro	0
<b>Total</b>	<b>27</b>

Tabla 104 Productos mas vendidos



Gráfica 62 Demanda de productos textiles artesanales elaborados en San Sebastián

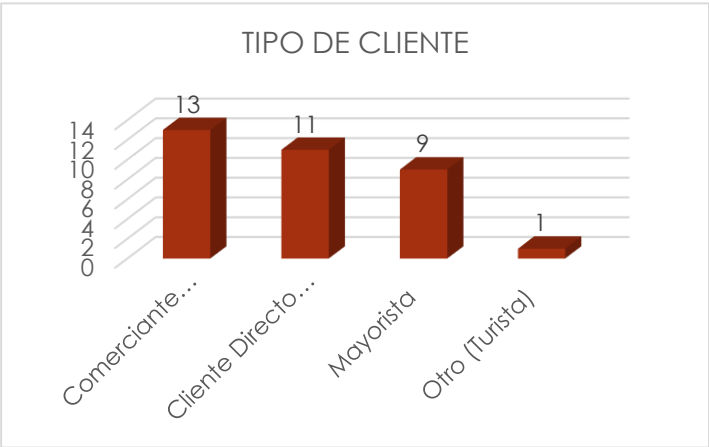
Los resultados obtenidos muestran que el producto que más venta genera son las hamacas, según 13 talleres, seguido por los manteles según 9 talleres y las colchas son de lo más vendido para 3 talleres, las bufandas y tela de manta lo son para 1 taller. Prácticamente la mitad de los productores encuestados consideran que obtienen mayores ventas y mayores ingresos con la hamaca, que es uno de los

textiles artesanales que posee mayor valor comercial, entre los productos elaborados en San Sebastián.

### 3. ¿Cuál es su tipo de cliente principal?

Tipo de cliente	Frecuencia de talleres
Comerciante Minorista	13
Cliente Directo (final)	11
Mayorista	9
Otro (Turista)	1
<b>Total</b>	<b>34</b>

Tabla 105 Principales tipos de clientes



Gráfica 63 Tipo de cliente

Según los resultados entre los mayores tipos de clientes que tienen los talleres existentes en San Sebastián, son comerciantes minoristas, según 13 talleres, seguidos por clientes directos o consumidor final según 11 talleres y para una frecuencia de 9 talleres, son los clientes mayoristas.

De los 22 talleres encuestados, 20 incluyeron en su respuesta a por lo menos uno de los comerciantes (minorista y mayorista), 9 de estos talleres también consideraron a los clientes directos entre sus principales clientes. Esto refleja que, para 11 talleres, lo comerciantes son sus principales clientes. Mientras que los otros 2 talleres de los 22 encuestados, incluyeron exclusivamente a los consumidores finales, como su tipo de cliente principal.

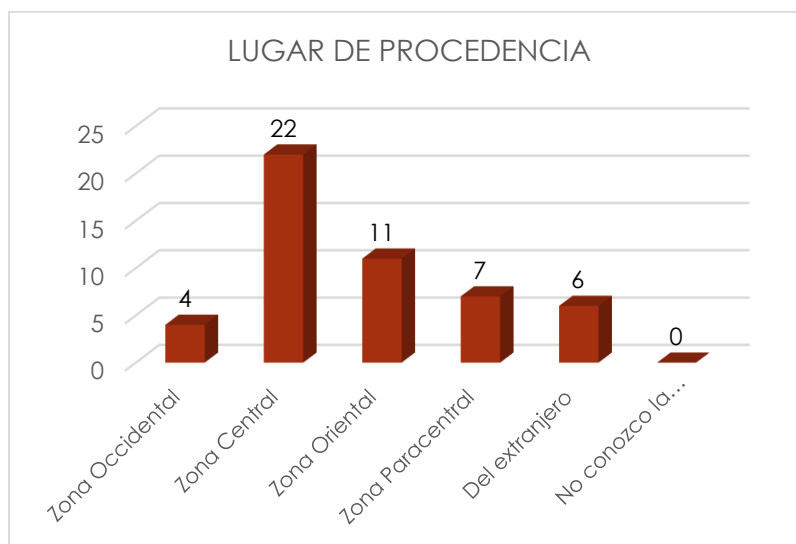
Este resultado evidencia que los talleres de telares de San Sebastián, se dedican significativamente a vender a clientes que son comerciantes, que llegan a su local a adquirir los productos, para luego venderlos en puestos comerciales, tiendas y de

manera ambulante, en diversos lugares del país. No obstante, no hay restricción de ventas a clientes directos.

#### 4. ¿Lugar de procedencia de los clientes?

Procedencia	Frecuencia de talleres	Departamento o municipio.	Frecuencia de talleres
Zona Occidental	4	Sonsonate	1
		Ahuachapán	1
		Sin Especificar	2
Zona Central	22	San Salvador	13
		Chalatenango	4
		Sin Especificar	5
Zona Oriental	11	Usulután	2
		San Miguel	6
		La Unión	1
		Sin Especificar	2
Zona Paracentral	7	Cabañas	1
		San Vicente	1
		San Sebastián	3
		Municipios cercanos	1
		Ilobasco	1
Del extranjero	6	Nicaragua	2
		Costa Rica	1
		Sin especificar	3
No conozco la procedencia	0		
Total	50		50

Tabla 106 Procedencia de los clientes



**Gráfica 64 Lugar de procedencia de clientes**

Según los resultados obtenidos en la encuesta a productores la mayoría de los clientes proceden de la Zona Central del país, siendo dentro de esta zona del país, San Salvador el principal destino de los productos que lo muestra la tabla 100. Este resultado ubica a San Salvador como el principal centro de comercialización de los productos artesanales elaborados en San Sebastián, que se venden en lugares como los mercados municipales, zonas céntricas y populosas de San Salvador, en boutiques y locales comerciales, así también comercializados de manera ambulante.

#### **a. Primer lugar**

La Zona Central fue incluida por los 22 talleres consultados entre los principales lugares de procedencia de los clientes. Siendo el departamento de San Salvador según 13 talleres, el principal lugar de procedencia y 5 talleres incluyeron el departamento de Chalatenango, donde los productos son comercializados, en los lugares turísticos de dicho departamento. Otros departamentos de esta zona no fueron especificados por 5 talleres entrevistados.

### **b. Segundo lugar**

El segundo lugar considerado por los productores, como lugar de procedencia de clientes es la Zona Oriental, según 11 talleres.

El departamento considerado de mayor procedencia de clientes en la zona oriental es San Miguel, para 6 talleres. Luego se encuentra Usulután y los no especificados por 2 productores, y por último La Unión considerado solo por 1 taller.

### **c. Tercer lugar**

La Zona Paracentral es considerada por 7 talleres, entre los lugares de procedencia de sus clientes, quedando en tercera posición.

En la Zona Paracentral, 5 productores consideran al departamento de San Vicente, seguido por Cabañas según 2 talleres.

### **d. Cuarto lugar**

Nicaragua es considerada por 2 de los 5 productores lugar de procedencia de sus clientes. Los otros 3 productores no especificaron el país de procedencia. Uno de los productores que considera a Nicaragua, también incluye a Costa Rica, como lugar de procedencia de sus clientes. En definitiva, los principales clientes extranjeros (especificados) de los productos artesanales textiles de San Sebastián, proceden de la región centroamericana.

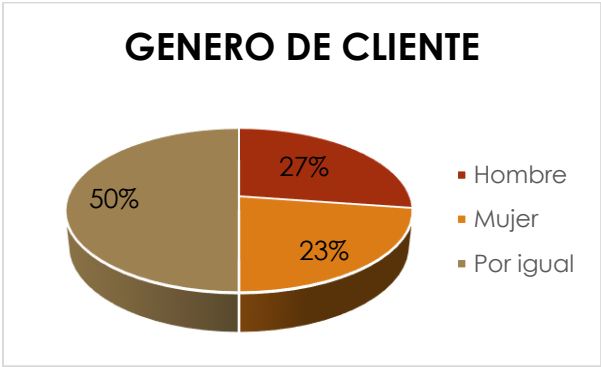
### **e. Quinto lugar**

Pocos productores incluyen entre la procedencia de sus clientes a la Zona Occidental, dentro de esta zona consideran la procedencia de clientes de Sonsonate y Ahuachapán. Mayoritariamente los productores no especificaron el departamento de procedencia de sus clientes de esta zona.

**5. En su mayoría ¿Cuál es el género de sus clientes?**

Genero	Número de talleres	%
Hombre	6	27%
Mujer	5	23%
Por igual	11	50%
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>100%</b>

Tabla 107 Genero de los clientes



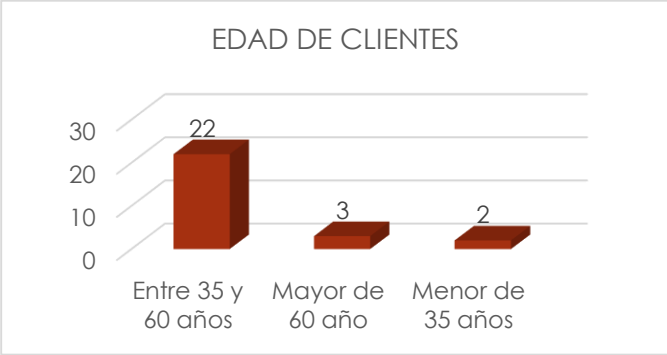
Gráfica 65 Género de clientes

El 50% de los entrevistados respondió que sus clientes son hombres y mujeres por igual, un 27% respondieron que son hombres y un 23% respondió que en su mayoría eran mujeres. Este resultado muestra que, para los productos elaborados en San Sebastián, no hay una diferenciación importante en el tipo de consumidor, en lo que respecta al género, al ser principalmente, adquirido por comerciantes.

**6. En su mayoría ¿Cuál es la edad de sus clientes?**

Edad	Frecuencia de talleres
Entre 35 y 60 años	22
Mayor de 60 años	3
Menor de 35 años	2
<b>Total</b>	<b>27</b>

Tabla 108 Edad de los clientes



Gráfica 66 Edad de clientes de talleres de textiles artesanales del municipio de San Sebastián

Según los 22 productores encuestados, la edad de la mayoría de sus clientes, se encuentra entre 35 a 60 años, seguido por el rango de edades correspondiente a mayor de 60 años, incluido en la respuesta de 3 de los mismos productores, otros 2 incluyeron también en su respuesta el rango de los menores de 35 años. El perfil de cliente de los talleres, corresponde, en una importante cantidad, a dueños o encargados de comercios (según el resultado de la pregunta 3).

### 7. ¿En qué lugar o por qué medio se generan más ventas?

Lugar donde se genera más venta	Frecuencia de talleres
En el propio taller	16
Entrega a domicilio	10
Tienda independiente	3
Otro	0
<b>Total</b>	<b>29</b>

Tabla 109 Medios donde se generan mas ventas



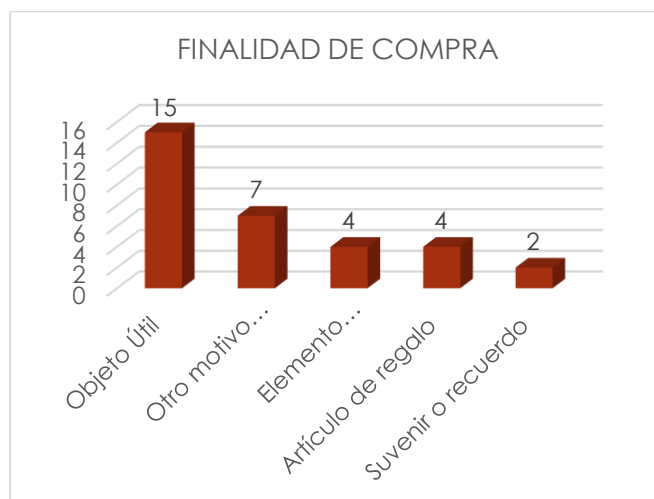
Gráfica 67 Medios por los que se generan ventas

Según lo expresado por los productores o encargados de los talleres, el lugar donde se generan más ventas es en el propio taller, opción que fue incluida por 16 talleres, seguido por la entrega a domicilio, incluida en la respuesta de 10 talleres y con una menor frecuencia de respuesta, a través de tiendas independientes. La mayoría de los clientes de los talleres, según la opinión de los productores, llega a comprar los productos a sus instalaciones. Muy pocos productores cuentan con un establecimiento independiente al taller, donde comercializar sus productos, la mayoría lo hace en el mismo establecimiento, siendo este, por lo general, no apto para la realización de ventas.

## 8. ¿Con qué finalidad compra el cliente sus productos?

Finalidad de compra	Frecuencia de talleres
Objeto Útil	15
Otro motivo (comercio)	7
Elemento decorativo	4
Artículo de regalo	4
Suvenir o recuerdo	2
<b>Total</b>	<b>32</b>

Tabla 110 Finalidad de la compra



Gráfica 68 Finalidad de compra

La mayoría de clientes que compran los productos textiles artesanales de San Sebastián, según la opinión de los productores, tiene como finalidad de compra, la adquisición de un producto que sea un Objeto útil, según 15 talleres, seguido por motivos comerciales, opción seleccionada por 7 talleres. Elemento decorativo y artículos de regalo, son la finalidad de compra, según 4 talleres cada una, y la adquisición como souvenir o recuerdo fue incluida como respuesta en menor frecuencia.

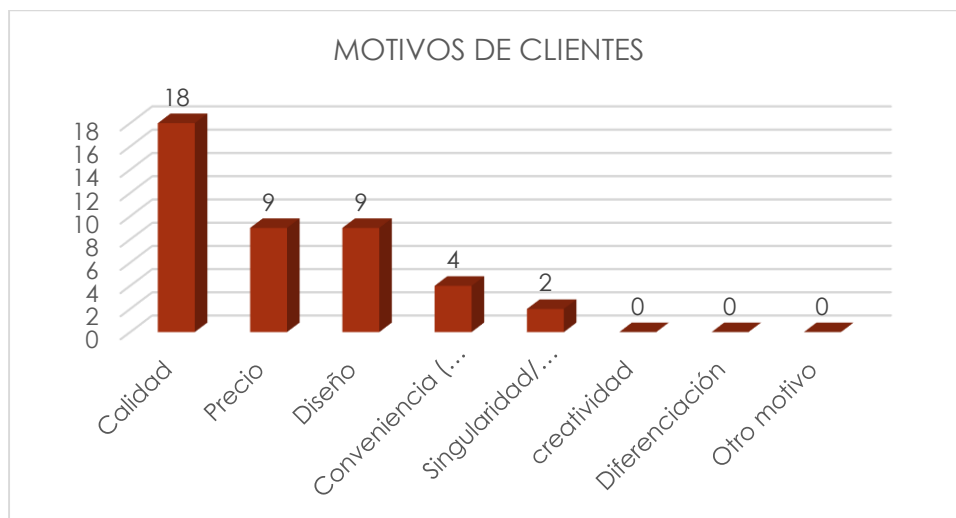
Se observa cierta falta de concordancia con el resultado obtenido en la pregunta número 3, donde se preguntó sobre el tipo de cliente, siendo estos, en la opinión de los productores, mayoritariamente comerciantes. Ante una posible falta de comprensión, de lo que es la finalidad de compra, con lo que es la finalidad del producto, se valora con mayor relevancia el motivo comercial, al ser los clientes, en una cantidad importante, comerciantes, como lo refleja el resultado de la pregunta 3 de esta misma encuesta.



## 9. ¿Por qué compra el cliente sus productos?

Motivo de compra	Frecuencia de talleres
Calidad	18
Precio	9
Diseño	9
Conveniencia (adaptado a las necesidades del cliente)	4
Singularidad/ exclusividad	2
Creatividad	0
Diferenciación	0
Otro motivo	0
<b>Total</b>	<b>42</b>

Tabla 111 Aspectos que motivan la compra



Gráfica 69 Motivos de compra

En esta pregunta, referente a los atributos o características del producto, como motivadores de la compra, según los productores el principal motivo por el que sus clientes compran los productos textiles artesanales es por la *Calidad*, según 18 talleres. En segundo y tercer lugar están el *Precio* y el *Diseño*, como atributo que motiva la compra, mencionado por 9 talleres, cada uno de estos motivos.

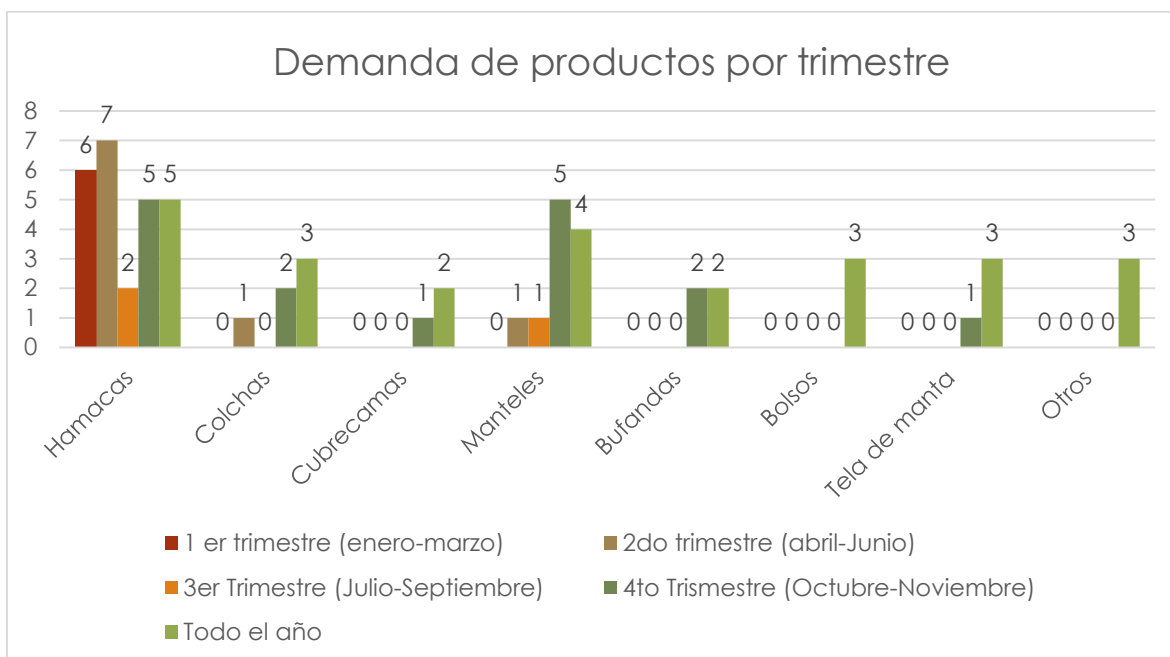
Finalmente tenemos la *Conveniencia* y la *Singularidad/exclusividad*, con 4 y 2 talleres que lo incluyeron en su respuesta, respectivamente.

La calidad de los productos es el más importante de los atributos que motivan la compra, en este caso, al tratarse de productos artesanales, el precio pasa a un segundo plano, sin dejar de ser importante, como el diseño de los productos.

#### 10. ¿En qué época se vende más sus productos?

<b>Demanda</b>	<b>1er trimestre (enero-marzo)</b>	<b>2do trimestre (abril-junio)</b>	<b>3er Trimestre (Julio-septiembre)</b>	<b>4to Trimestre (octubre-noviembre)</b>	<b>De forma constante todo el año</b>
Hamacas	6	7	2	5	5
Colchas	0	1	0	2	3
Cubrecamas	0	0	0	1	2
Manteles	0	1	1	5	4
Bufandas	0	0	0	2	2
Bolsos	0	0	0	0	3
Tela de manta	0	0	0	1	3
Otros	0	0	0	0	3

Tabla 112 Época de mayores ventas, de los productos textiles.



Gráfica 70 Demanda de los productos por periodo

#### a. Hamacas

La época del año en que se producen mayores ventas de las hamacas es en el *segundo trimestre* del año, con 7 menciones. El segundo lugar en mayores ventas está el *primer trimestre* del año, con 6 menciones. También destaca que según 5 encuestados la venta de las hamacas se genera durante todo el año por igual, la misma cantidad afirma que las mayores ventas se realizan en el *último trimestre*. Se manifiesta en las respuestas que la época del año en que se realizan las ventas más bajas de las hamacas es el *tercer trimestre* del año. El resultado refleja el aumento de ventas en determinados periodos vacacionales, particularmente en semana santa.

#### b. Colchas

Los talleres que elaboran colchas son 6 de los encuestados, y expresan mayoritariamente que las ventas de colchas se mantienen constantes durante *todo el año* (para 3 talleres). Otros 2 afirman que en el *cuarto trimestre* se realizan las mayores ventas y uno dice que vende más en el *segundo trimestre*. También se

aprecia con los resultados que las épocas del año de menores ventas serían el *primer y segundo trimestre*. En conclusión, las mayores ventas se realizan probablemente durante la época de fin de año.

#### **c. Cubrecamas**

Los productores que elaboran cubrecamas expresan mayoritariamente que las ventas de cubrecamas son constantes en *todo el año* (para 2 talleres). También hay un taller que vende más en el *último trimestre* del año. Los pocos productores que elaboran colchas venden más probablemente en la época de fin de año, aunque la demanda parece mantenerse constante durante el resto del año.

#### **d. Manteles**

Las ventas de manteles según los 11 productores que respondieron sobre el periodo de venta de este producto, son mayores en el *cuarto trimestre* del año, con 5 menciones a esa época. Pero también es de destacar que 4 productores expresan que los manteles los venden de manera constante en *todo el año*. Las ventas en el *segundo y tercer trimestre* solo recibieron una mención, por lo cual se consideran menores que en la época de fin de año. Y las menores ventas se realizan en el *primer trimestre*.

#### **e. Bufandas**

El *cuarto trimestre* es para 2 de los 4 productores que respondieron sobre el periodo de venta de las bufandas, el periodo de mayores ventas, así mismo los otros dos dijeron que las ventas son iguales todo el año. Los resultados parecen indicar que por lo general las mayores ventas se realizan durante el fin de año. Otras épocas del año no han recibido ninguna mención.

#### **f. Bolsos**

Los tres productores que respondieron sobre el periodo de venta de los bolsos, manifiestan que las ventas de dichos productos son constantes durante *todo el*

año. El número de quienes elaboran bolsos de tejidos artesanales de San Sebastián, es bastante bajo, contando con poca competencia.

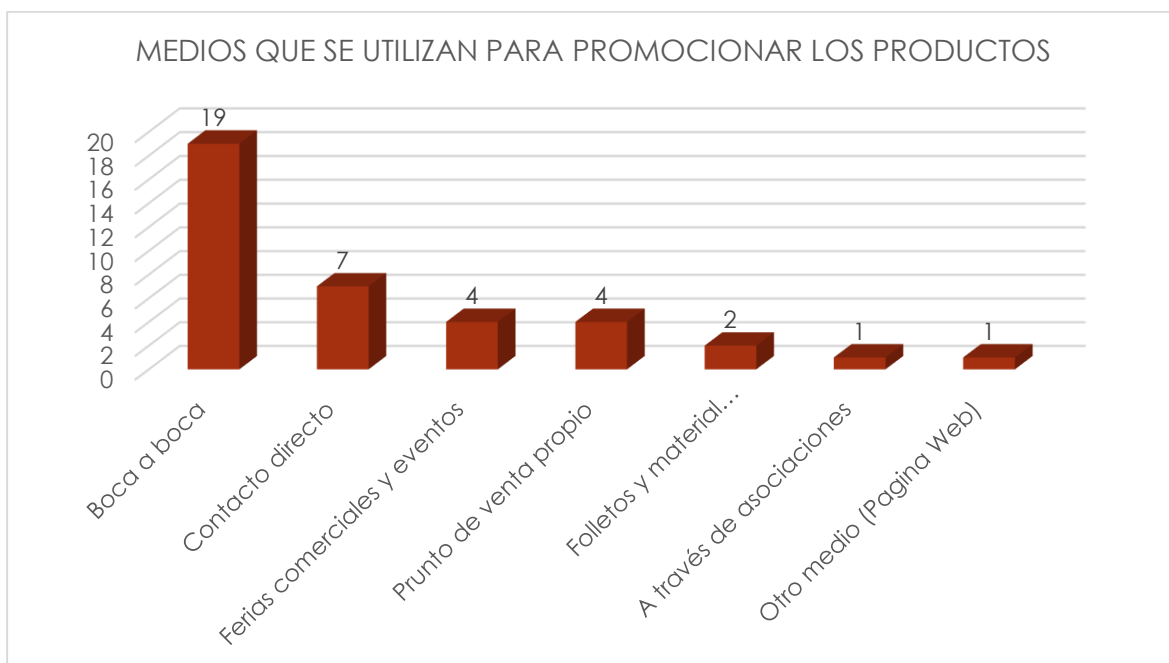
#### **g. Tela de Manta**

Así como en el caso de los bolsos, para la tela de manta, los productores que elaboran estos tejidos, expresan que se vende de manera constante durante *todo el año*.

#### **11. ¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar o vender sus productos?**

<b>Medios que utiliza para vender los productos</b>	<b>Frecuencia de talleres</b>
Boca a boca	19
Contacto directo	7
Ferias comerciales y eventos	4
Punto de venta propio	4
Folletos y material promocional	2
A través de asociaciones	1
Otro medio (Pagina Web)	1
<b>Total</b>	<b>38</b>

**Tabla 113 Medios empleados para la promocion y las ventas**



**Gráfica 71 Medios utilizados para promocionar los productos textiles artesanales**

El medio más utilizado para promocionar los productos que elaboran los talleres es el *Boca a boca*, esta opción fue incluida por 19 productores, el equivalente a la consideración del resto de alternativas. En segundo lugar, se encuentra el *contacto directo* con el cliente, con 7 menciones.

Estos resultados reflejan la poca inversión que realizan los productores en la promoción de sus productos. Solo en 4 talleres se promociona en *ferias comerciales y eventos*, e igual número en un *punto de venta propio*. Es de destacar que solo un taller de los encuestados tiene *página web* donde promocionar sus productos.

## 12. ¿De dónde es su principal competencia?

Competencia	Frecuencia de talleres
Del mismo departamento	18
De Guatemala	4
De la zona Central y Paracentral (exceptuando San Vicente)	1
De la Zona Occidental	0
De la Zona Oriental	0
De otros países	0
<b>Total</b>	<b>23</b>

Tabla 114 Principal competencia



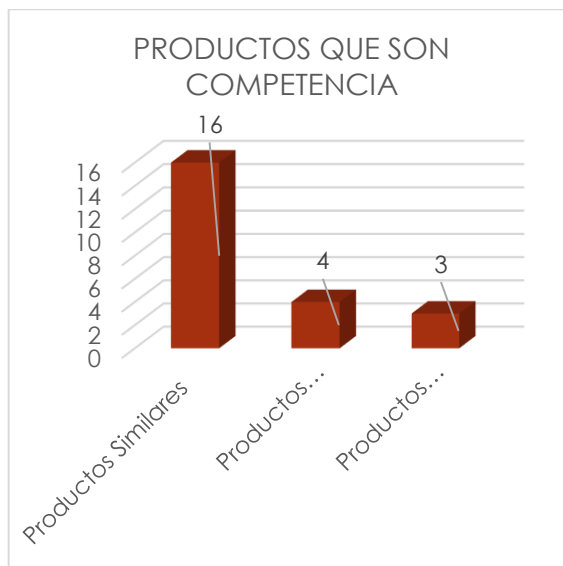
Gráfica 72 Principal competencia

Para los productores la principal competencia es la *del mismo departamento* (18 de 22 lo consideran así), por consiguiente, según su opinión, la mayor competencia son los otros productores de San Sebastián, dado que la producción de textiles artesanales elaborados en telares es principalmente procedente de este municipio, y en menor medida de los municipios aledaños. En segundo lugar, consideran a la competencia de los productos provenientes de *Guatemala*. Y en último lugar la competencia de otros talleres de la *zona central y paracentral* del país, fue incluido en la respuesta de un productor, que también considera en su respuesta a la competencia del mismo de departamento, siendo este productor el único que incluyó dos opciones de respuesta.

### 13. ¿Qué tipo de productos le hacen competencia?

Tipo de producto que hace competencia	Frecuencia de talleres
Productos Similares	16
Productos Fabricados de manera industrial	4
Productos diferentes que realicen la misma función	3
<b>Total</b>	<b>23</b>

Tabla 115 Productos de la competencia



Gráfica 73 Tipo de productos que hace competencia a los productos textiles artesanales elaborados en el Municipio de San Sebastián

De los productos con que les hacen competencia, los productores consideran que los *productos similares* son los principales, es decir productos con iguales características y que tienen la misma función, así lo expresan 16 de 22 productores encuestados. En segundo lugar, consideran a la competencia de los *productos fabricados de manera industrial* y por último a los *productos diferentes* que realicen la misma función, con 4 y 3 menciones respectivamente. Únicamente un productor incluyó dos opciones de respuesta, esta fueron producto similar y productos industriales.

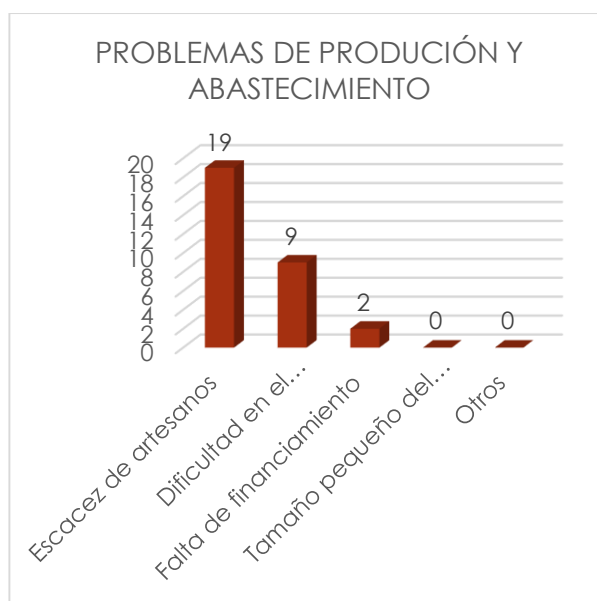
Se observa que, en la opinión de los productores, dado que consideran mayor competencia a los productos similares, estos tienen ventaja sobre los productos industriales, por aspectos como la tradición y el significado que tienen.



**14. ¿Cuáles son los principales problemas que se presentan en la producción y abastecimiento?**

Problemas de producción y abastecimiento	Frecuencia de talleres
Escasez de artesanos	19
Dificultad en el abastecimiento de la materia prima	9
Falta de financiamiento	2
Tamaño pequeño del taller	0
Otros	0
<b>Total</b>	<b>30</b>

Tabla 116 Problemas de producción y abastecimiento



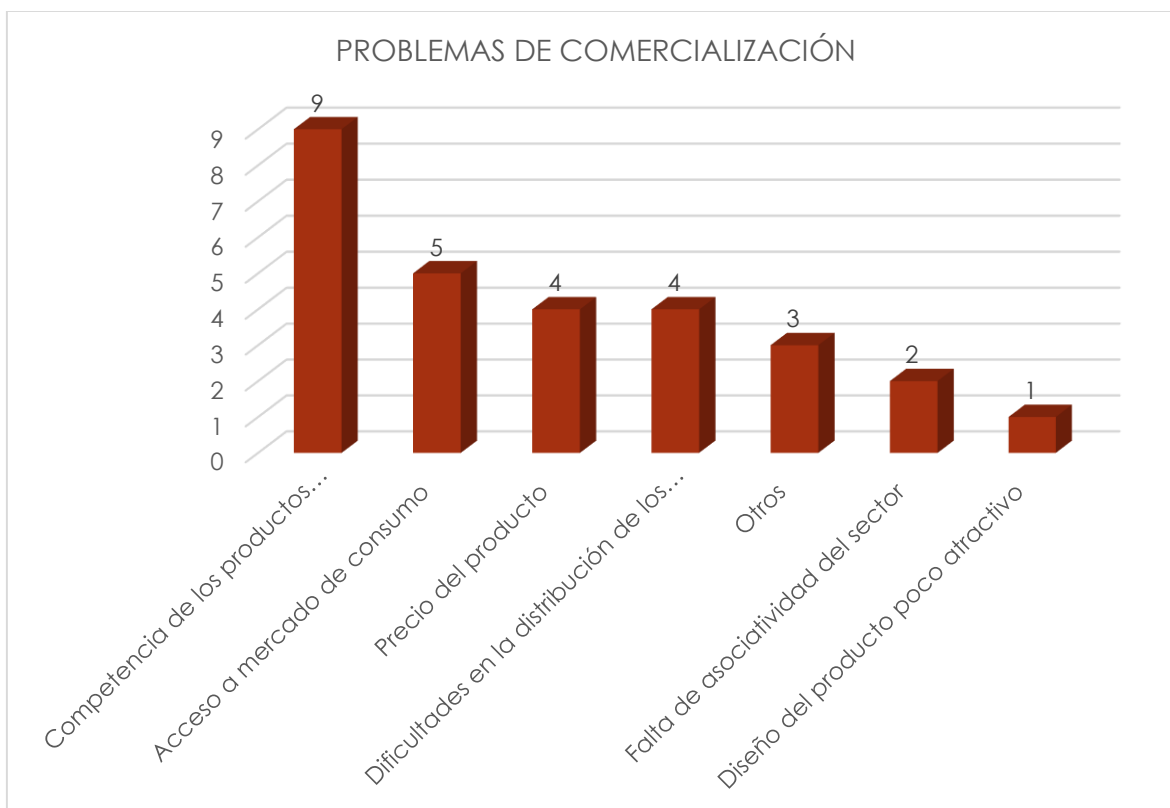
Gráfica 74 Problemas de producción y abastecimiento

El principal problema que enfrentan los productores respecto a la producción es la *escasez de artesanos*, 19 productores concuerdan con que la falta de artesanos para realizar la labor productiva es el principal problema que enfrentan y que amenaza incluso la supervivencia del subsector. La *dificultad en el abastecimiento de la materia prima* se encuentra como la segunda preocupación de los productores, como lo manifiestan 9 productores. Por último 2 productores incluyeron en su respuesta la *falta de financiamiento* como un problema a la hora de pensar en la producción.

15. ¿Cuáles son los principales problemas que se presentan en la comercialización de los productos?

Problemas en la comercialización de los productos	Frecuencia de talleres
Competencia de productos más baratos	9
Acceso a mercado de consumo	5
Precio del producto	4
Dificultades en la distribución de los productos	4
Otros	3
Falta de asociatividad del sector	2
Diseño del producto poco atractivo	1
<b>Total</b>	<b>28</b>

Tabla 117 Problemas de comercialización



Gráfica 75 Problemas de comercialización

Para los productores su principal problema relativo a la comercialización es la *competencia de los productos más baratos*, tal como lo manifiestan 9 de los encuestados. En segundo lugar, con 5 menciones consideran problemático el *acceso a mercado de consumo*. En tercer y cuarto puesto, con la misma cantidad de veces incluida en respuesta (cuatro), se encuentran el *precio del producto* y la *dificultad en la distribución de los productos*. La *falta de asociatividad del sector* y el *diseño del producto poco atractivo* son menos problemáticos que los mencionados anteriormente. La opción de *otros problemas* se detalla en tres respuestas, en la siguiente tabla.

Otros
No se tiene dificultad
Calidad del producto
No se da abasto

Tabla 118 Otros problemas

Es de destacar que en cuanto al acceso a los mercados los productores carecen, por lo general, de los conocimientos y de una estrategia de comercialización. Pero principalmente a los encargados de los talleres les preocupa, el cómo poder competir con productos más baratos disponibles en el mercado de consumo.

**16. ¿La cantidad de artesanos con que trabajan en el taller es suficiente para cubrir la demanda que tiene?**

Cantidad de artesanos es suficientes	Frecuencia de talleres	%
Si	7	33%
No	14	67%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Tabla 119 Relacion de satisfaccion de la demanda con la mano de obra



Gráfica 76 Satisfacción de la disponibilidad de mano de obra

De los 21 productores que respondieron a esta pregunta, el 67% de los productores dijeron que *no* son suficientes y el 33% dijo que *si* lo son.

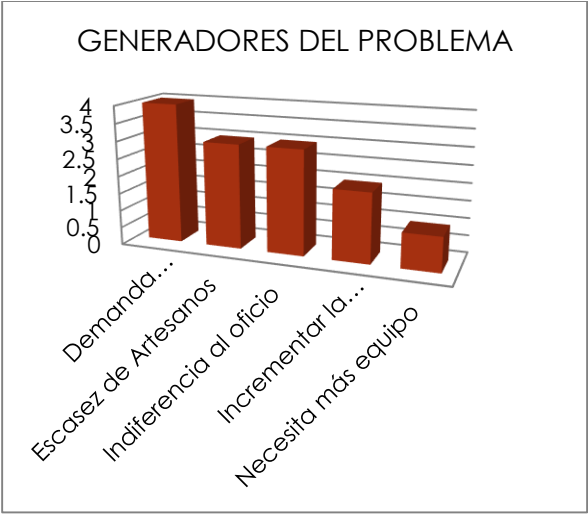
Este resultado confirma el obtenido en la pregunta número 14, donde el principal problema de producción es la escasez de artesanos, la mayoría de los talleres lo padecen.

### ¿A qué se debe?

La siguiente tabla muestra el razonamiento de los productores a la insuficiencia de la cantidad de artesanos.

Motivos	Frecuencia de talleres
Demanda insatisfecha	4
Escasez de Artesanos	3
Indiferencia al oficio	3
Incrementar la producción para aumentar su participación	2
Necesita más equipo	1

Tabla 120 Razones de la insuficiencia de la mano de obra



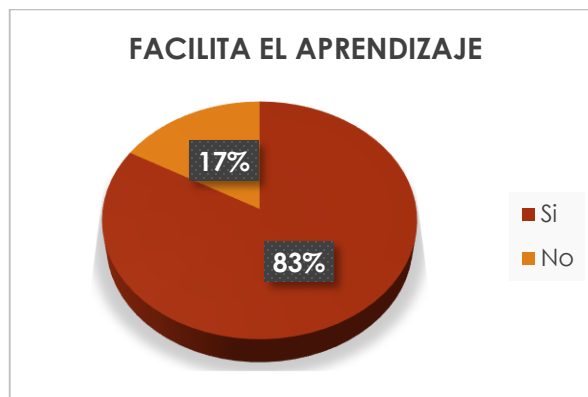
Gráfica 77 Razones de la insuficiencia de la mano de obra

Los productores consideran tener una demanda que no alcanzan a suplir con la capacidad instalada que actualmente poseen, así lo expresan 4 productores. La escasez de artesanos y lo poco atractivo que tiene el oficio para los jóvenes son importantes motivos.

### 17. ¿Facilita el aprendizaje del oficio a jóvenes?

Facilita aprendizaje	Frecuencia de talleres	%
Si	15	83%
No	3	17%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

Tabla 121 Aprendizaje del oficio en los talleres



Gráfica 78 Facilitación de capacitación de los talleres existentes en el municipio

De los productores que respondieron a esta pregunta, el 83% (15) respondieron que sí facilitan el aprendizaje del oficio a jóvenes, mientras que solo un 17% (3 dueños o encargados) respondieron no facilitar el aprendizaje a jóvenes en su taller.

### ¿A cuántas personas ha enseñado en el último año?

No. de taller	Cantidad de personas que ha enseñado en el último año
1	6
2	3
3	14
4	5
5	0
6	4
7	2
8	6
9	3
10	15
11	0
12	0
13	0

14	3
15	2
16	2
17	2
<b>Total</b>	<b>67</b>

**Tabla 122 Personas capacitada por parte de los talleres**

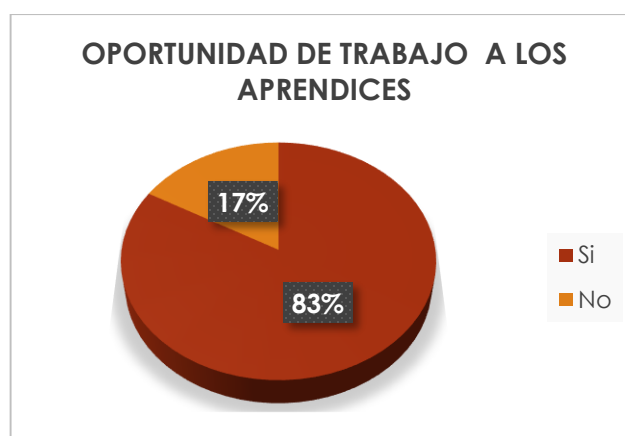
De los 17 talleres que dijeron facilitar el aprendizaje del oficio a jóvenes, 13 han enseñado el oficio a quienes se muestran interesados, teniendo entre estos talleres un total de 67 aprendices en el último año. En 4 de los talleres, pese a brindar la oportunidad de aprender, no han capacitado a ninguno.

La mayor parte de los productores brinda oportunidad de aprender. Este resultado muestra que la escasez de artesanos requiere no solo más oportunidades de aprendizaje, sino también, de condiciones que motiven a los jóvenes a involucrarse.

#### **18. ¿Ha dado oportunidad de trabajo a los aprendices?**

Oportunidad de trabajo	Frecuencia de talleres	%
Si	15	83%
No	3	17%
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>

**Tabla 123 Oportunidades de trabajo en los talleres**



**Gráfica 79 Oportunidad de trabajo brindada luego de capacitación en el oficio artesano textil**

De los productores que contestaron esta pregunta, en 15 talleres (que son el 83% de los que respondieron) han dado la oportunidad de trabajo a aprendices (2 talleres han recibido aprendices de otros talleres). Mientras que 3 no lo han hecho debido principalmente a la falta de interés de los aprendices en ejercer el oficio.

### ¿A cuántos ha dado oportunidad?

No. de taller	Cantidad de personas que ha dado trabajo
1	6
2	3
3	3
4	1
5	0
6	2
7	de 4-5 solo 1 se quedo
8	1
9	6
10	3
11	5
12	0
13	1
14	2
15	0
<b>Total</b>	<b>34</b>

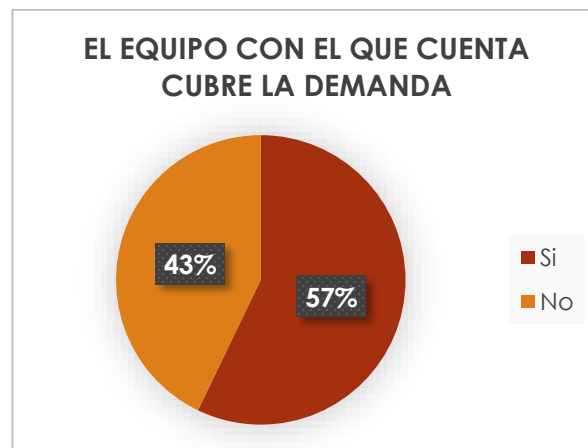
**Tabla 124 Personas capacitadas que han sido contratadas**

De los 67 de jóvenes a los cuales se les ha dado la oportunidad de aprendizaje del oficio de artesano textil en los talleres existentes en San Sebastián solo 34 han permanecido trabajando en el taller en el cual se les capacitó como artesano. En el caso de 3 de los 15 talleres que dieron trabajo, los aprendices no permanecieron en el trabajo, lo que viene a ser una mala inversión por parte de los productores, ya que esta, no rindió los frutos esperados.

### 19. ¿La cantidad de equipo con el que cuenta es suficiente para cubrir la demanda que tienen?

Equipo suficiente para demanda	Frecuencia de talleres	%
Si	12	57%
No	9	43%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Tabla 125 Suficiencia de la cantidad de equipo de los talleres



Gráfica 80 Suficiencia de la cantidad de equipo de los talleres

De los 21 dueños o encargados de talleres que contestaron esta pregunta, el 57% (12 dueños o encargados de talleres) dijeron que el equipo con el cual cuenta su taller es suficiente para cubrir la demanda que poseen, mientras que un 43% (9 dueños o encargados de talleres) dijo no poseer el equipo necesario para cubrir su demanda de productos textiles artesanales.

### ¿A qué se debe?

Al consultar los principales motivos por los cuales 9 dueños o encargados de talleres textiles artesanales dicen no poder cubrir su demanda se tienen los siguientes:

Motivos
La demanda no se cubre
Se necesita más mano de obra
Variación de producto
Si tuviera más buscaría entrar a otros mercados
No hay artesanos no puedo adquirir más equipo

Tabla 126 Motivos por los que no se cubre la demanda

Las necesidades de equipo están ligadas a la demanda de los productos y a la disponibilidad de artesanos, en opinión de los productores.



**20. ¿Cuánto hilo requiere para la producción y qué características debe tener?**

Hilo requerido
4500 lb/mes
40 lb
150 lb
3 lb para una hamaca
3 lb para una hamaca
Para 8 colchas 4-5 conos de los más grandes
2000 lb hasta junio lo compro en abril
1000 lb
600-800 lb cada quincena
500 lb al mes por telar
500 lb
50 lb/mes
240 lb/150 hamacas
1000 lb/mes
1300 lb/mes
400 lb/mes
210 lb/mes
2500 lb/mes

Tabla 127 Requerimiento de hilo para la producción.

Nombre del taller	Hilo requiere para producción (lb/mes)
Taller Rivera palacios	4500
Textiles Emmanuel	2000
Taller Chingú	1000
Taller Moreno	1400
Taller Moreno Argueta	3500
Taller Carlos Barahona	500
Taller Marín	50
Artesanías El Portalito	1000
Textiles Barahona	1300
Casa Jovel	210
Taller García	2500
<b>TOTAL</b>	<b>17960</b>

Tabla 128 Requerimiento mensual de hilo

Medida	Lb/mes
Media	1633
Moda	1000
Mediana	1300

Tabla 129 Mediciones de los resultados de la pregunta 21

Entre los 11 talleres que especificaron su requerimiento mensual de hilo, totalizan un requerimiento de aproximadamente 18000 lb. al mes. Además, estos resultados dan una media de 1633 lb. La moda es de 1000 lb. y la mediana es de 1300 lb.

Características requeridas en el hilo por los productores de textiles artesanales de San Sebastián, San Vicente.

Características de hilo
Algodón (30/2, 40/2, 16/2)
Hilo sintético (30/2, 22/2)
Sedalina 8/9
Colores, calidad de resistencia. Algodón texturizado - cada mes Sedalina - cada 6 meses
Color llamativo 70/2 sedalina 8/1 algodón
Algodón, sintético 30/2 22
Número 4, 9, 16/2
28/2 sedalina
40/2, 4, 9
20:5, algodón y poliéster en colores vivos
90% algodón
Algodón y sintético
Hilo sintético de colores vivos

**Tabla 130 Características del hilo**

La cantidad de hilo a utilizar, varía en gran medida de taller en taller, para los consultados, este dato depende de muchos factores como: de los productos que elaboran, el tamaño de los productos a elaborados, el tamaño del taller, la frecuencia de abastecimiento de materia prima entre otros muchos factores; no se

dispone de un dato estándar de cuanto hilo utilizar para la fabricación de los distintos productos.

En cuanto a las características del hilo requerido para la fabricación de los productos textiles artesanales todos los talleres coinciden en utilizar tanto hilo de 100% algodón, 100% poliéster o una combinación algodón-poliéster además los talleres coinciden en utilizar colores de hilos llamativos en diferentes títulos de hilo.

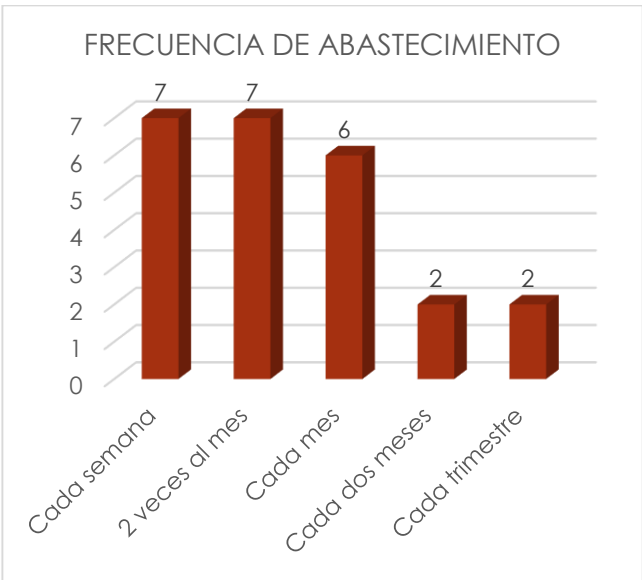
El tipo de hilo utilizado en los talleres de San Sebastián, por lo general no es el más adecuado, debido en parte a la desinformación de los artesanos.

Este aspecto se analiza más detalladamente en el apartado del mercado Abastecedor.

**21. ¿Cada cuánto se abastece de materia prima?**

Regularidad con la que se abastece	Frecuencia de talleres
Cada semana	7
2 veces al mes	7
Cada mes	6
Cada dos meses	2
Cada trimestre	2
<b>Total</b>	<b>24</b>

Tabla 131 Frecuencia de abastecimiento de hilo



Gráfica 81 Frecuencia de abastecimiento de hilo

De los 22 talleres encuestados, al consultarles sobre la frecuencia de abastecimiento de materia prima, se obtuvieron las siguientes frecuencias de respuestas: 7 respondieron que se abastecían cada semana, 7 que lo hacían dos veces al mes, 6 cada semana, 2 cada dos meses y 2 más cada trimestre,

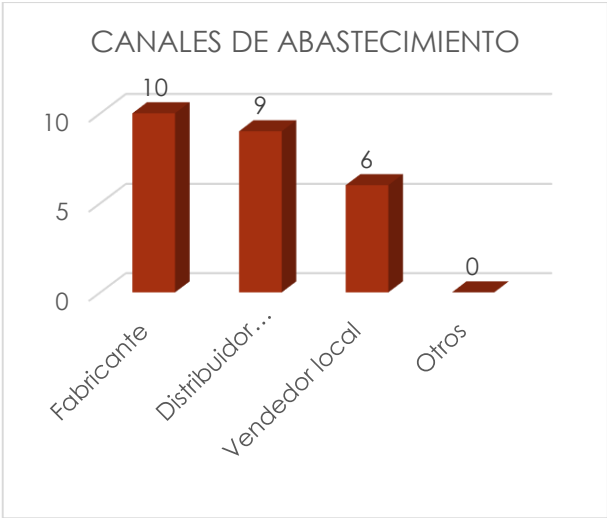
observando que algunos talleres son abastecidos de materia prima en dos lapsos de tiempo distinto y según los productores se debe al tipo o los tipos de materiales usados en la fabricación de los productos ya que estos pueden ser de hilo 100% algodón, 100% sintético o una combinación algodón-sintético.

El abastecimiento de materia prima por parte de los talleres se realiza mayoritariamente cada mes o en plazos menores a un mes (según 20 de los 22 talleres), esto implica, volúmenes de pedido no muy grandes, como para obtener mayores descuentos, mayor costo de transporte.

**22. ¿Cuáles son los canales por los que se abastece de la materia prima?**

Canales de abastecimiento	Frecuencia de talleres
Fabricante	10
Distribuidor autorizado	9
Vendedor local	6
Otros	0
<b>Total</b>	<b>25</b>

Tabla 132 Canales de abastecimiento



Gráfica 82 Canales de abastecimiento

Al consultar a los dueños o encargados de los talleres de textiles artesanales los canales por los cuales estos se abastecen de materia prima, en este caso hilo, se obtuvo que, el abastecimiento por medio del fabricante de hilo, de manera directa, fue incluida en la respuesta de 10 productores, y un distribuidor autorizado fue incluido en la respuesta de 9 productores. Mientras que abastecerse de hilo por medio del vendedor local en San Sebastián, fue incluida en la respuesta de 6 talleres. Quienes compran con el vendedor local son los talleres más pequeños, a los q no les queda otra opción que ajustarse al precio y el tipo de hilo que el vendedor local ofrece.

Tres de los talleres encuestados, utilizan dos canales de abastecimiento. Dichos canales son el vendedor local y distribuidor autorizado, en los tres casos, dependiendo de la urgencia de adquirir el hilo para la producción.

**23. ¿A qué precio por unidad de medida compra la materia prima?**

Precio por unidad de medida
\$1.60 - \$2.00 por lb de sedalina
\$1.60 por lb
\$1.50 por lb
\$1.40 por lb
\$1.50 por lb
\$3.25, \$2.60 depende los colores más fuertes más caros
\$1.15 - \$1.20 por lb
\$1.5 lb de sedalina, \$2.3 kilo de Algodón
\$2.3 por lb
\$130 por 12 conos
\$1.30 - \$1.40 por lb
\$2.50 - \$3.00 por lb
\$1.50 - \$1.60 por lb
\$2.50 - \$3.00 por lb
\$1.30 - \$3.50 por lb
\$1.40 - \$1.60 por lb
\$2.00 por lb
\$1.00 - \$1.15 por lb
\$1.25 por lb
\$1.75 por lb

**Tabla 133 Precio del hilo por unidad**

El precio al cual adquieren los dueños o encargados de talleres el hilo se encuentra en un rango de entre 1.00 y 3.25 dólares, dependiendo del lugar donde se adquiere el hilo.

Este aspecto se analizó más detalladamente en el apartado del mercado Abastecedor.

**24. En su opinión ¿Qué oportunidades visualiza para los talleres de telares de San Sebastián en el próximo año?**

Oportunidades que visualiza	Frecuencia de talleres
Lugares para aprender el oficio	3
Apoyo de algunas instituciones	2
Crecimiento del subsector	2
Sostenimiento de los talleres	2
Mejoramiento de los productos	1
Aumento de las ventas	1
Más empleos y salario digno	1
Sin oportunidades	8
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>

Tabla 134 Clasificación de oportunidades visualizadas



**Gráfica 83 Oportunidades visualizadas para el oficio artesano textil**

El resultado muestra que, de 20 talleres, que opinaron sobre las oportunidades en el subsector artesanal, el 40% no visualiza ninguna oportunidad, el 15% confían que la implementación de lugares para la enseñanza del oficio, para que mejoren las cosas. El apoyo de algunas instituciones, el crecimiento del sector y la sostenibilidad de los talleres son motivo de oportunidad cada uno para un 10%.

En las ventajas mencionadas se observa la consideración del apoyo de instituciones locales y nacionales, como la Alcaldía y CONAMYPE. El aumento de la demanda de los productos se menciona como una oportunidad, por parte de algunos productores.

Como se puede observar con lo respondido por los productores de textiles artesanales sobre que visualizan para los talleres artesanales textiles de San Sebastián en el próximo año, buena parte de estos responde que uno de los principales problemas con los que se enfrentaran es la escaza mano de obra capacitada para desarrollar el oficio lo que podría significar el cierre de talleres. Es

significativo que, al consultar sobre oportunidades, se haga más mención a las problemáticas. De los 8 encuestados que no visualizan oportunidades, 7 hacen alusión a la problemática de la escasez de mano de obra, evidenciando la preocupación que este aspecto les genera.

**25. ¿Tiene conocimiento si sus productos han sido llevados a otros países?**

Los productos han sido llevados a otros países	Frecuencia de talleres	%
Si	14	67%
No	7	33%
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Tabla 135 Productos llevados al extranjero



Gráfica 84 Conocimiento si los productos han sido llevados a otros países

Al consultar a los artesanos productores de textiles artesanales en San Sebastián si tenían conocimientos sobre si sus productos habían sido llevados a otros países, el 67% de los que contestó expresaron que sí tenían conocimientos de que sus productos han sido llevados fuera de El Salvador mientras que el 33% de los productores consultados dijo no saber si sus productos habían sido llevados fuera del país.

**¿De qué manera?**

Los medios por los cuales los productos textiles artesanales de San Sebastián han sido llevados fuera de El Salvador según los artesanos productores consultados son los siguientes:



Manera	Frecuencia de talleres	%
Por Comerciantes	7	47%
Por Turistas	6	40%
Por Ferias	2	13%
<b>TOTAL</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

Tabla 136 Clasificación de manera en que productos van al extranjero



Gráfica 85 Forma de llevar los productos al extranjero

El resultado muestra que para los encuestados que respondieron la pregunta, el 47% considera que sus productos han sido llevados fuera del país por medio de comerciantes, el 40% considera que ha sido a través de turistas y el 13% por medio de ferias para promover la cultura y tradiciones del país.

### 6.7.1 Matriz de resultados

Hipótesis Relacionadas	Preguntas	Resultado
<b>Objetivo Específico: Identificar los productos que ofrecen la competencia directa e indirecta y las cualidades diferenciadoras que poseen los productos característicos elaborados en las técnicas y métodos tradicionales de San Sebastián, así mismo para los productos de la competencia elaborados en otros sitios.</b>		
La competencia de productos textiles artesanales de manera directa se localiza en el Municipio de San Sebastián.	Nombre del Taller.	Se realizó la identificación de 22 talleres del casco urbano de San Sebastián.  Estos son la competencia directa del proyecto de la Escuela Taller, y es un resultado complementario de la hipótesis respectiva.
	¿De dónde es su principal competencia?	La principal competencia son los mismos talleres locales (según 18 de 22 talleres)  Este resultado refuta parte de la hipótesis correspondiente, debido que, la mayor competencia son los demás productores locales, y no, otros fabricantes que elaboran productos similares con otros métodos.
	¿Que tipo de productos le hacen competencia?	Los <i>productos similares</i> son la principal competencia, es decir productos con iguales características y que tienen la misma función, así lo expresan 16 de 22 productores encuestados.  Este resultado confirma parte de la hipótesis, que menciona que la competencia son los productos similares a los elaborados artesanalmente en San Sebastián.

**Objetivo Específico: Identificar los medios por los cuales la competencia comercializa sus productos y el segmento de mercado al que van destinados.**

La mayoría de consumidores de productos textiles artesanales residen en el municipio de San Salvador.	Lugar de procedencia de los clientes.	En opinión de los 22 productores, la mayoría de los clientes proceden de la Zona Central del país, siendo dentro de esta zona del país, San Salvador el principal destino de los productos.  Este resultado confirma parte de la hipótesis, debido que los clientes proceden principalmente de San Salvador.
	En su mayoría ¿Cuál es el género de sus clientes?	No hay una diferenciación importante en el tipo de consumidor, en lo que respecta al género. El 50% dice que la mayoría de sus clientes son hombres y mujeres por igual.  Este resultado confirma parte de la hipótesis, dado que los clientes en su mayoría son hombres y mujeres por igual.
	En su mayoría ¿cuál es la edad de sus clientes?	Según los 22 productores, la edad de la mayoría de los clientes se encuentra entre 35 a 60 años.  Este resultado confirma parte de la hipótesis, debido que la mayoría de los clientes son personas adultas.
	¿Tiene conocimiento de si sus productos han sido llevados a otros países?	El 67% de estos respondió que sí, sus productos han sido llevados fuera de El Salvador.  Este resultado no confirma la hipótesis, pero muestra la diversidad de procedencia de los clientes.

<p>Los principales clientes de los talleres son mayoristas que adquieren el producto con el objetivo de realizar una posible comercialización.</p>	<p>¿De qué manera (los productos son llevados a otros países)?</p>	<p>El 47% de sus productos, han sido llevados fuera del país por medio de comerciantes y el 40% a través de turistas.</p> <p>Este resultado confirma parcialmente la hipótesis, dado que un alto porcentaje de clientes que llevan los productos al extranjero son comerciantes, pero no se sabe si son mayoristas o minoristas, ni responde de manera directa a la hipótesis.</p>
	<p>¿Cuál es su tipo de cliente principal?</p>	<p>El tipo de cliente son comerciantes minoristas según 13 talleres, seguidos de clientes directos o consumidor final para 11 talleres y clientes mayoristas para 9 talleres.</p> <p>Este resultado comprueba la hipótesis de manera parcial, dado que los productores locales, consideran que su tipo de cliente son comerciantes (agrupando al segmento minoristas y mayorista), pero en mayor medida son minorista y no mayoristas, como se expresa en la hipótesis, no obstante, también los consumidores finales son un grupo importante para los productores.</p>
	<p>¿Con que finalidad compra el cliente sus productos?</p>	<p>Según los productores, la principal finalidad de compra por parte de los clientes, es adquirir un Objeto útil, como lo según 15 de los 22 productores, seguido por motivos comerciales con una frecuencia de 7. Este último tiene una importancia mayor, debido al resultado de la pregunta número 3</p>

		Este resultado muestra la importancia que tienen los clientes que comercializan de los productos, lo cual aporta a la confirmación de la hipótesis.
Las principales consideraciones que las personas tienen al momento de decidir si comprar o no un producto textil son la calidad y la originalidad del producto. Los clientes perciben que la calidad de los productos textiles artesanales es muy buena.	¿Por qué compra el cliente sus productos? (característica del producto)	Según los productores, la característica por que los clientes compran los productos es por la <i>Calidad</i> , según 18 talleres.  Este resultado confirma parte de la hipótesis, dado que la preferencia de los clientes es debido a la Calidad del producto, no así en el aspecto de originalidad, donde, que no destaca, en la opinión de los productores.
	¿Cuales son los principales problemas que se presentan en la comercialización de los productos?	El principal problema relativo a la comercialización es la <i>competencia de los productos más baratos</i> , tal como lo manifiestan 9 talleres.  Este resultado no confirma la primera hipótesis, dado que el precio es importante para los clientes, pues existe la percepción de que prefieren precios bajos.  Este resultado confirma la segunda hipótesis, dado que los productores perciben la preferencia de sus productos por la calidad.
La principal forma de comercializar los productos en el subsector textil	¿En qué lugar o por qué medio se generan más ventas?	El lugar donde se generan más ventas es en el propio taller, según 16 de los 22 productores encuestados, seguido por la entrega a domicilio según 10 productores y con una menor frecuencia a través de tiendas independientes.

artesanal es en su local, por medio del trato directo con sus clientes.		Este resultado confirma la hipótesis, dado que los productores locales comercializan en mayor medida en su propio local, no obstante, las entregas a domicilio también son importantes.
	¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar o vender sus productos?	El medio más utilizado para promocionar los productos es el <i>Boca a boca</i> , según 19 productores. Estos resultados reflejan la poca inversión que realizan los productores en la promoción de sus productos. Este resultado confirma la hipótesis, dado que el enfoque comercial de los talleres, es el contacto directo con el cliente que los visita a su local.
<b>Objetivo Específico: Conocer la oferta de hilo, con el objetivo de establecer las condiciones de distribución y precio de la materia prima por parte de fabricantes y comercializadores.</b>		
Los costos elevados de producción se deben al problema de abastecimiento de materia prima, ya que se debe adquirir a precios altos y sin las características requeridas para la fabricación de los	¿Cuánto hilo requiere para la producción y qué características debe tener?	Entre los 11 talleres que especificaron su requerimiento mensual de hilo, presentaron una media de requerimiento de 1633 lb/mes, además de una mediana y moda de 2275 lb/mes. Respecto de las características del hilo, los artesanos utilizan diversos materiales y titulaciones. Esto genera que el hilo utilizado no sea siempre el más apropiado, debido a que se sacrifican las características idóneas por reducir el costo. Este resultado abona a la identificación de aspectos de la producción de los talleres, no obstante, no aporta directamente a la confirmación de alguna hipótesis.

productos textiles artesanales.	¿A qué precio por unidad de medida compra la materia prima?	El hilo se encuentra en un rango de entre 1.00 y 3.25 dólares Este resultado confirma parte de la hipótesis, dado que muestra la variabilidad del precio del hilo que compran los productores de San Sebastián, que puede ser alto, sin mencionar las condiciones de este, lo que significa aumento en el precio del producto.
	¿Cada cuánto se abastece de materia prima?	El periodo de abastecimiento de materia prima es principalmente cada semana y dos veces al mes, para 7 talleres cada uno de estos periodos, y cada mes para 6 talleres. Este resultado abona a la identificación de aspectos del abastecimiento de los talleres, no obstante, no aporta directamente a la confirmación de alguna hipótesis.
	¿Cuáles son los canales por los que se abastece de la materia prima?	Los canales de abastecimiento de materia prima más utilizados son mediante el fabricante de hilo y por medio de un distribuidor. Este resultado abona a la identificación de aspectos del abastecimiento de los talleres, no obstante, no aporta directamente a la confirmación de alguna hipótesis.
<b>Objetivo Específico: Evaluar la situación actual de los artesanos textiles, que permita realizar un diagnóstico, posibilitando realizar un diseño de solución para la problemática.</b>		
Los productos textiles artesanales	¿Qué productos elaboran en el taller?	Predomina la producción de hamacas, elaboradas por 15 talleres, seguido por la elaboración de manteles en 12 talleres y con una

<p>elaborados en San Sebastián, son los tradicionales, como hamacas, manteles y colchas, principalmente.</p>		<p>menor frecuencia la elaboración de colchas, bufandas, tela de manta y otros productos.</p> <p>De los 22 talleres encuestados, 15 solo elaboran un producto. Mientras que solo 2 talleres elaboran 7 productos distintos y otros 2, elaboran 5 productos distintos.</p> <p>Este resultado comprueba la hipótesis, dado que los productos elaborados son los tradicionales.</p>
	<p>¿Cuál de los productos es el que se vende más?</p>	<p>Los productos que más venta genera son las hamacas según 13 talleres, seguido por los manteles según 9 talleres y las colchas según 3, bufandas y tela de manta según 1 taller.</p> <p>Este resultado confirma la hipótesis de manera indirecta, dado que los mismos productos que se elaboran mayoritariamente, son los que se comercializan.</p>
<p>Los diferentes productos textiles artesanales presentan una marcada estacionalidad en sus ventas en el transcurso del año.</p>	<p>¿En qué época se venden más sus productos?</p>	<p>La venta de hamacas es mayor en el 2do. Trimestre del año. Manteles y bufandas se venden más en fin de año. Las colchas se venden bien todo el año, al igual que los cubrecamas, bolsos y tela de manta.</p> <p>Este resultado confirma parcialmente la hipótesis, dado algunos de los productos comercializados, presentan mayores ventas en determinados periodos del año, no obstante, otros productos elaborados, se venden de igual manera en los diferentes periodos del año</p>



La escasez de mano de obra es el principal problema que enfrentan los talleres de textiles artesanales de san Sebastián.	¿Cuáles son los principales problemas que se presentan en la producción y abastecimiento?	El principal problema respecto a la producción es la escasez de <i>artesanos</i> , (frecuencia 19 sobre 30). Este resultado confirma la hipótesis, dado que, en efecto, los productores consideran la escasez de mano de obra como el principal problema.
	¿La cantidad de artesanos con que trabajan en el taller es suficiente para cubrir la demanda que tienen?	El 67% productores dijo que <i>no</i> es suficientes la cantidad de artesanos y 33% dijo que <i>si</i> lo son. Este resultado confirma la hipótesis, dado que la cantidad de artesanos actual, no es suficiente.
	¿Ha dado oportunidad de trabajo a los aprendices?	El 83% ha dado la oportunidad de trabajo a los aprendices. Este resultado confirma la hipótesis de manera indirecta, ya que demuestra que hay ofertas de empleo disponibles para quienes aprendan el oficio.
	¿A cuántos ha dado trabajo (oportunidad de trabajo)?	Solo 34 de 67 han permanecido trabajando en el taller. Este resultado confirma la hipótesis, dado que también es un problema retener a los aprendices, habiendo necesidad de mano de obra.
	¿Qué oportunidades visualiza para los talleres de telares de	El 40% no visualiza ninguna oportunidad, el 15% confían que la implementación de lugares para la enseñanza del oficio, como la

	San Sebastián en el próximo año?	Escuela Taller. De los 8 que no visualizan oportunidades 7 hablan de la problemática de la escasez de mano de obra. Este resultado confirma la hipótesis, dado que destaca el problema de la escasez de mano de obra.
Una limitante de la implementación de la Escuela Taller es la falta de personal capacitado para la enseñanza del oficio.	¿Facilita el aprendizaje del oficio a jóvenes?	El 83% (15 productores) si facilitaban el aprendizaje a jóvenes. Este resultado refuta la hipótesis, dado que si hay disposición por parte de los talleres de enseñar el oficio. Los artesanos poseen el conocimiento práctico para enseñar a otros, a pesar que no poseen técnicas pedagógicas.
	¿A cuántos han enseñado (el oficio) en el último año?	Han dado la oportunidad de aprender el oficio a 67 personas en el último año. Este resultado complementa la hipótesis, dado que hay disposición de capacitar nuevos artesanos, y este puede ser un aspecto que motive a aprender el oficio.
Existe equipo inactivo en los talleres, debido a la falta de mano de obra, causada por el desinterés de los	¿La cantidad de equipo con que cuenta es suficiente para cubrir la demanda que tienen?	El 57% respondieron que sí es suficiente el equipo que tienen. Este resultado no confirma de la hipótesis, pero aporta un punto importante, el equipo es suficiente, para la mayoría de productores. En condiciones de escasez de mano de obra, no se requiere más equipo y puede existir inactividad.

jóvenes en practicar el oficio.	¿A qué se debe (que la cantidad de equipo sea suficiente o no)?	<p>Las necesidades de equipo están ligadas a la demanda de los productos y a la disponibilidad de artesanos.</p> <p>Este resultado no confirma la hipótesis, pero aporta otro punto importante, los periodos en que disminuye la demanda pueden generar inactividad del equipo, pero no confirma que se deba a la escasez de mano de obra.</p>
---------------------------------	---	--

Tabla 137 Matriz de resultados de la Encuesta a productores.

### 6.7.2 Perfil de la Competencia Directa en San Sebastián, San Vicente.

Atributo/Cualidad	Tipo/Categoría	Descripción
Sector de actividad	Artesanías textiles	Elaboración de productos tejidos, teniendo como materia prima, el hilo.
Tipo de artesanías	Tradicional popular Utilitaria y Decorativa	Estas categorías que aplican, se especificaron en el punto 6.1.3 de la investigación documental.
Método de producción	Artesanal, mediante telares de palanca	En el proceso es fundamental la utilización de los telares de palanca, para la elaboración de los productos.
Condiciones de trabajo	Sin prestaciones de ley	
Productos Artesanal	Hamacas, colchas, cubrecamas, manteles, bufandas, bolsos, tela de manta, entre otros	Hamacas y manteles son los productos que más se comercializan.
Consumidores	Comerciante y consumidor final	Los clientes de los talleres son los siguientes: En primer lugar, se encuentran los comerciantes minoristas, consumidor final, y comerciante mayorista.

Comercialización	<p>1. Canal minorista o Canal 2 (del Productor o Fabricante a los Minorista y de éstos a los Consumidores)</p> <p>2. Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los Consumidores)</p> <p>3. Canal Mayorista o Canal 3 (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Minoristas y de éstos a los Consumidores)</p>	Los talleres utilizan los tres canales de distribución mencionados en orden de importancia.
Medios de promoción	Boca a boca	Sin inversión en publicidad

Tabla 138 Perfil de competencia directa

## 6.8 Análisis de Datos del Censo de Artesanos y Talleres de San Sebastián

### 1. Número de Talleres Censados

<b>Número de Talleres Censados</b>	<b>22</b>
--	-----------

Tabla 139 Talleres Censados

Los talleres incluidos en el censo de Talleres de Telares son los ubicados en el área urbana del municipio de San Sebastián, dedicados plenamente a la elaboración de textiles artesanales.

### 2. Número de colaboradores de los talleres

<b>Colaboradores</b>	<b>132</b>
----------------------	------------

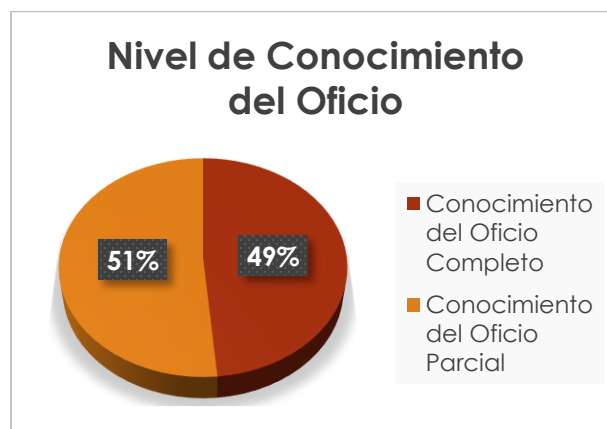
Tabla 140 Numero de Artesanos

El número de artesanos que totalizan los 22 talleres encuestados, es de 132 artesanos, que se dedican a la realización de las diferentes etapas del proceso de elaboración de los productos textiles artesanales. El puesto que más artesanos emplea es el de tejedor, como se refleja en el resultado de la pregunta 7, seguido del trabajo de canillero/a, y el trabajo de urdir, es el que menos realizan, debido a las características de la operación y el volumen de producción que realizan.

### 3. Nivel de Conocimiento del oficio de artesano textil

Conocimiento del Oficio	Completo	Parcial
Artesanos	50	53

Tabla 141 Nivel de conocimiento del oficio



Gráfica 86 Nivel de conocimiento del oficio artesano textil

Los artesanos que respondieron a la pregunta sobre su nivel de conocimiento del oficio, son 103, de los cuales el 51% dijo conocer el oficio solo parcialmente, el restante 49% dijo conocerlo en su totalidad.

Es decir que prácticamente, los artesanos saben el oficio completo, en uno de dos casos, y en otro, solo se conoce parte del proceso de elaboración, la operación de tejer es la que más artesanos realizan, la denomina." patear". Este resultado, confirma una de las hipótesis formuladas al principio de la etapa de diagnóstico, muchos de los artesanos no conocen el oficio completo, podemos decir, que la mayoría, por escasa diferencia.

Algunos de los artesanos que ya ejercen el oficio, pueden ser incluidos en la capacitación que impartirá la escuela taller, si cumplen con el requisito de edad.

#### 4. Genero de los Artesanos

Genero	Artesanos
Hombres	85
Mujeres	19
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>

Tabla 142 Artesanos por género



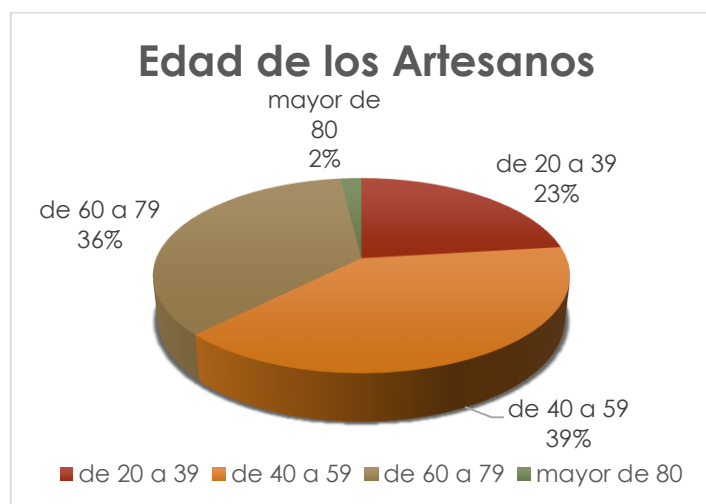
Gráfica 87 Cantidad de artesanos por genero

Los artesanos de San Sebastián que respondieron a la pregunta son en su gran mayoría hombres (82%). Solo el 12% son mujeres. En parte este dato refleja el poco interés de las mujeres en trabajar en los talleres de telares, esto puede deberse al esfuerzo físico que requiere el oficio artesanal textil.

#### 5. Edad de los Artesanos

Edad	Artesanos
de 20 a 39	24
de 40 a 59	41
de 60 a 79	37
mayor de 80	2
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>

Tabla 143 Edad de los artesanos



Gráfica 88 Edad de artesanos



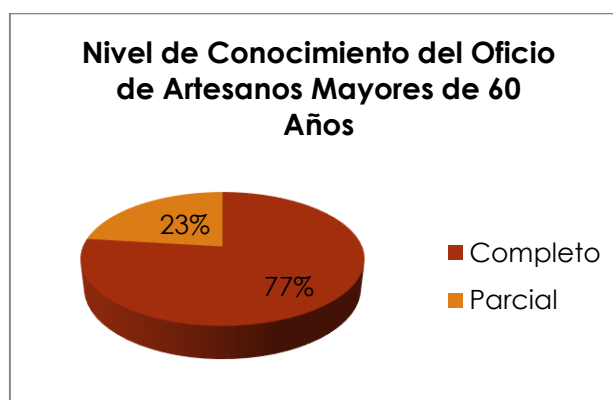
El resultado muestra que el 77% de los artesanos tienen 40 años o más y un 23% son menores de 40 años.

Con este resultado podemos evidenciar que la hipótesis planteada al inicio de la etapa de diagnóstico, que la mayoría de artesanos son adultos mayores, no se cumple en la práctica, ya que la mayoría de artesanos se encuentra por debajo de los 59 años (62% del total). Además, el número de los mayores de 60 años, es muy significativo, 38% del total, que, por sus características, se encuentra propenso al retiro.

#### 6. Número de artesanos mayores de 60 años con un conocimiento total del oficio de artesano textil.

Nivel de Conocimiento	No. Artesanos
Completo	30
Parcial	9
<b>Total</b>	<b>39</b>

Tabla 144 Número de artesanos mayores de 60 años que conocen de forma total el oficio de artesano textil



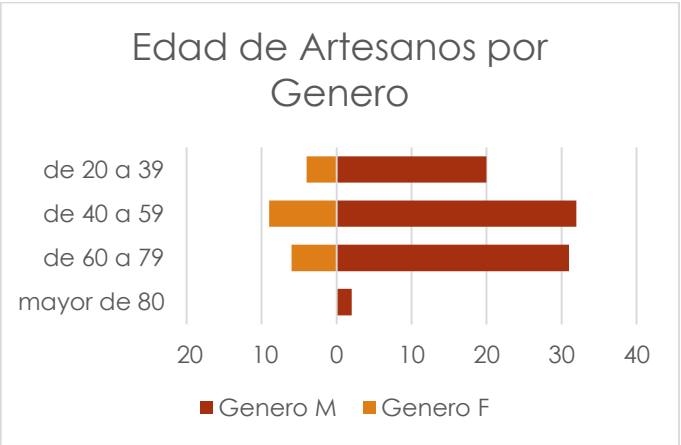
Gráfica 89 Porcentaje de artesanos mayores de 60 años con un conocimiento total del oficio.

Como se puede observar el 77% de los 39 artesanos que son mayores de 60 años poseen con un conocimiento total del oficio es decir de 30 artesanos que poseen un conocimiento total 30 de ellos son mayores de 60 años (ver resultado de pregunta 3).

### 7. Edad de los Artesanos por Genero

Artesanos	Genero	
	M	F
de 20 a 39	20	4
de 40 a 59	32	9
de 60 a 79	31	6
mayor de 80	2	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>19</b>

Tabla 145 Edad por genero



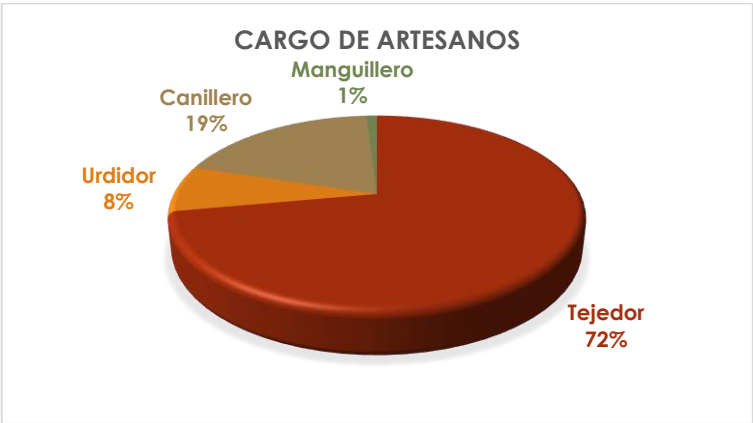
Gráfica 90 Edad de artesanos por género

Los artesanos de San Sebastián se encuentran, en primer lugar, en el rango de edades de los 40 a los 59 años, que suman 41 artesanos. En segundo lugar, está el rango de los 60 a los 79 años, que son 37 artesanos en total. En tercer lugar, esta, el grupo de los más jóvenes, en el rango de 20 a 39 años, son un total de 24 artesanos. Y por último, en el rango de los mayores de 80 años, solo hay 2 artesanos. Como se puede apreciar en el gráfico, en todos los rangos es mayor la cantidad de hombres que de mujeres.

### 8. Cargo que desempeñan los artesanos

Cargo	Artesanos
Tejedor	75
Urdidor	8
Canillero	20
Manguillero	1
<b>TOTAL</b>	<b>104</b>

Tabla 146 Artesanos por cargo



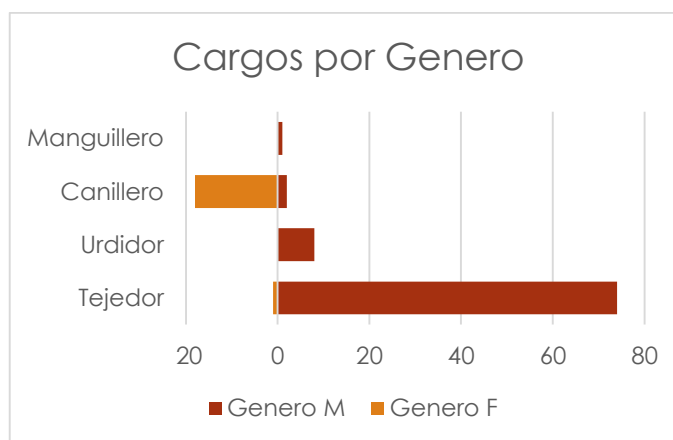
Gráfica 91 Cargo de artesanos

El resultado muestra que la gran mayoría de los artesanos de los talleres de telares de San Sebastián, el 72% unos 75 artesanos, ocupa el cargo de tejedor, en la operación que los artesanos conocen como “patear”, esta es la actividad de tejer, propiamente, haciendo uso del telar. Luego un 19% ocupa el cargo de “canillera”, dicho de esta forma, porque generalmente son mujeres quienes lo realizan, este cargo consiste en hacer las canillas y cañones, es decir el hilo para la trama y la urdimbre del tejido. Los urdidores son el 8% de los artesanos y a la actividad de hacer los manguillos para las hamacas, en los talleres visitados solo hay una persona, generalmente los manguillos los hacen personas independientes de los talleres.

### 9. Cargo que desempeñan los artesanos según el genero

Artesanos	Genero	
	M	F
Cargo		
Tejedor	74	1
Urdidor	8	0
Canillero	2	18
Manguillero	1	0
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>19</b>

Tabla 147 Cargo de los artesanos por genero



Gráfica 92 Cargo de artesanos por género

Como se puede apreciar en la gráfica, para el caso de los tejedores, casi todos son hombres, solo una mujer trabaja desempeñado este cargo, contrario a lo que ocurre en el cargo de canillera, donde casi todas son mujeres y solo hay dos hombres desempeñándose en este cargo, en el caso de los urdidores todos son hombres y un hombre es manguillero.

Este resultado refleja la práctica exclusión de géneros por cargos, en los talleres de telares de San Sebastián. Este es un punto donde se tiene un margen de mejor,

debido a que se puede ser más inclusivo, y apoyar a las mujeres a que se involucren en el resto del proceso artesanal de los telares.

### 10. Jornada de trabajo de los tejedores

Periodo	No. Tejedores	Horas	Horas de Trabajo Diarias por Tejedor
<b>Horas de Trabajo Diarias</b>	101	947	<b>9.4</b>

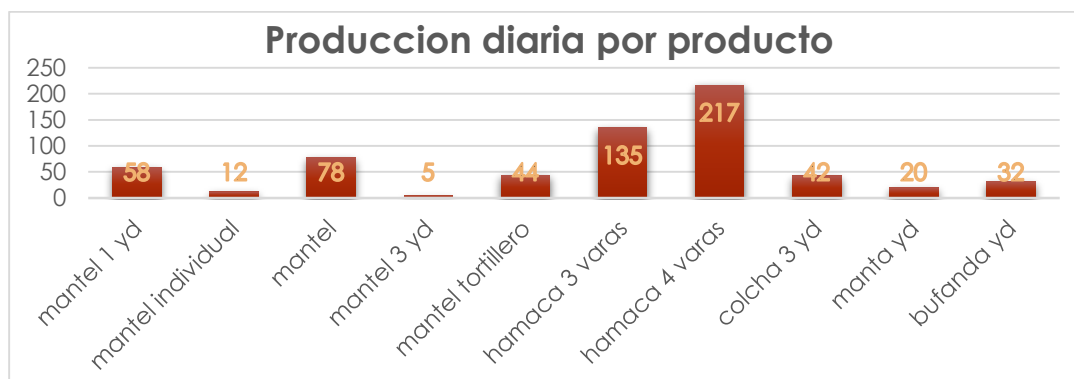
Tabla 148 Jornada de trabajo de los tejedores

Los tejedores de San Sebastián realizan largas jornadas de trabajo, principalmente debido a que en los talleres se les paga por obra, y mientras mayor sea su producción, mejor se les paga. Por lo general su día de trabajo comienza muy temprano, como las 5 a.m., y culmina bastante tarde alrededor de las 5 p.m.

### 11. Producción Diaria

Productos	Unidades
mantel 1 yarda	58
mantel individual	12
Mantel	78
mantel 3 yarda	5
mantel tortillero	44
hamaca 3 varas	135
hamaca 4 varas	217
colcha 3 yarda	42
manta yarda	20
bufanda yarda	32

Tabla 149 Produccion diaria por producto



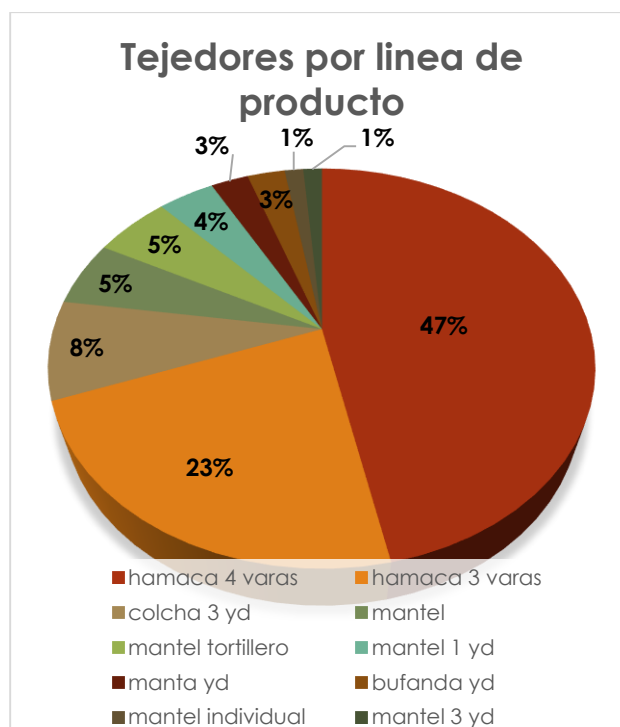
**Gráfica 93 Producción diaria por producto**

El producto que más se está elaborando diariamente en los talleres de San Sebastián, al menos en durante el segundo trimestre de 2018, cuando se realizó la visita, son las hamacas y los manteles en sus diferentes tamaños. Manteles se elaboran 197 diariamente, en sus diferentes tamaños, de las hamacas se elaboran 352 a diario, principalmente las de 4 varas, seguido de las hamacas de 3 varas.

## 12. Tejedores por línea de producto

Productos	Tejedores por línea de producto
hamaca 4 varas	35
hamaca 3 varas	17
colcha 3 yardas	6
Mantel	4
mantel tortillero	4
mantel 1 yarda	3
manta yarda	2
bufanda yarda	2
mantel individual	1
mantel 3 yardas	1
<b>TOTAL</b>	<b>75</b>

**Tabla 150 Tejedores por línea de producción**



**Gráfica 94 Porcentaje de tejedores por producto**

El 47% de los tejedores elaboran hamacas de 4 varas y el 23% hamacas de 3 varas, siendo el número de artesanos que elaboran hamacas de 52 tejedores. Pese a que las unidades de manteles que se elaboran diariamente son mayores que las hamacas, los tejedores que elaboran manteles son el 16%, esto se debe a la variedad de tamaños de los manteles, algunos mucho más pequeños que una hamaca.

**13. Telares**

Estado	Telares
Activos	90
Inactivos	30
<b>Total</b>	<b>120</b>

Tabla 151 Numero de telares disponibles



Gráfica 95 Telares activos e inactivos

Los talleres visitados suman una cantidad de 120 telares, de los cuales el 75% se encuentran activos en la elaboración de tejidos, mientras que 30 telares del total están inactivos.

En 8 talleres de los 22 censados, no hay telares inactivos, eso no significa que en algún momento el taller opere a plena capacidad. En muchos de los talleres de telares, no hay una razón de 1 artesano por 1 telar, sino que, debido a la falta de mano de obra y la variedad de productos que deben elabora, los artesanos se cambian de telar, dejando el otro inactivo, no habiendo, en algún momento una ocupación total de los telares del taller.

#### 14. Urdidores

Estado	Urdidores
Activos	19
Inactivos	1
<b>Total</b>	<b>20</b>

Tabla 152 Numero de urdidore disponibles



Gráfica 96 Urdidores activos e inactivos

El número total de Urdidores con que cuentan los talleres censados es de 20, de los cuales 19 están activos (el 95%) y uno inactivo.

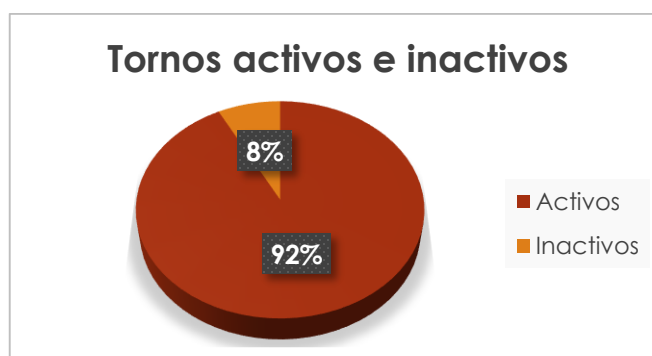
El urdidore es un elemento indispensable para la elaboración de los tejidos y 4 de los talleres visitados no posee ninguno, por lo que dependen de otro para la realización de la etapa correspondiente del proceso. Dos talleres poseen 2 urdidore, uno de ellos posee el urdidore que se encuentra inactivo.

En el punto 6 del análisis, se obtuvo 8 artesanos que se dedican a urdir, un dato que es bastante menor de la cantidad de urdidore activos, observándose en este caso, el bajo porcentaje de utilización que tienen los urdidore activos, el cual rondaría el 42%.

#### 15. Tornos

Estado	Tornos
Activos	36
Inactivos	3
<b>Total</b>	<b>39</b>

Tabla 153 Tornos disponibles



Gráfica 97 Tornos activos e inactivos

El total de Tornos que acumulan los talleres censados es de 39, de los cuales 36 (el 92%), se encuentran en uso y 3 están inactivos. Los tornos empleados son en su mayoría manuales, pero también se encuentra tornos eléctricos.

El torno es el aparato en el que realizan su trabajo las canilleras, y la cantidad de personas que desempeñan este cargo son 20, habiendo en este caso, subutilización del equipo.

### 16. Trazcañaderas

Estado	Trazcañaderas
Activos	29
Inactivos	1
<b>Total</b>	<b>30</b>

Tabla 154 Trazcañaderas disponibles



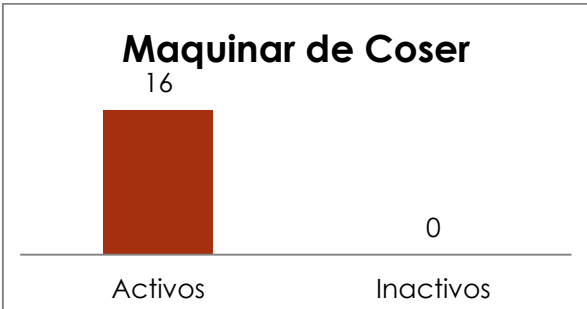
Gráfica 98 Trazcañadera activa e inactiva

Las trazcañaderas de los talleres, un elemento de apoyo en la actividad de urdido, son 30 en total, de los cuales el 97%, 29 se encuentran en uso actualmente y uno está inactivo. Este equipo es utilizado en el proceso de urdido. En relación con los urdidores activos, hay 10 trazcañaderas activas más.

### 17. Máquinas de Coser

Estado	Máquinas de Coser
Activos	16
Inactivos	0
<b>Total</b>	<b>16</b>

Tabla 155 Maquinas de coser disponibles



Gráfica 99 Maquina de coser



Los talleres visitados suman una cantidad de 16 máquinas de coser, no todos poseen una. En determinados casos las operaciones que requieren el uso de esta máquina son realizadas por personas independientes del taller. La totalidad de las máquinas de coser con que cuentan los talleres están en uso.

### 6.8.1 Matriz de resultados

Hipótesis Relacionadas	Preguntas	Resultado
<b>Objetivo Específico: Evaluar la situación actual de los artesanos textiles, que permita realizar un diagnóstico, posibilitando realizar un diseño de solución para la problemática.</b>		
<b>Una limitante de la implementación de la Escuela Taller es la falta de personal capacitado para la enseñanza del oficio.</b>	Número de talleres censados	Los talleres ubicados en el área urbana del municipio de San Sebastián, son 25, en tres talleres no se pudo tener acceso. Fueron <b>22</b> los talleres censados.  Este resultado no responde a la hipótesis, solo permite identificar los talleres donde laboran los artesanos actuales.
	Número de colaboradores de los talleres	Son 132 artesanos, que se dedican a la realización de las diferentes etapas del proceso de elaboración de los productos textiles artesanales.  Este resultado confirma la hipótesis, en relación al número de artesanos que tienen conocimiento práctico para enseñar el proceso de elaboración.
	Cargo que desempeñan los artesanos	La gran mayoría de los artesanos, el 72% son de tejedor.  Este resultado no responde a la hipótesis, pero muestra que hay artesanos con el conocimiento práctico, tanto para tejer, como para otras fases del proceso.

	Cargo que desempeñan los artesanos según el género	<p>Por género se observa que el único cargo donde son mayoría las mujeres es como canilleras y como tejedoras, apenas hay mujeres. En los demás cargos no hay mujeres.</p> <p>Este resultado no responde a la hipótesis, pero muestra que hay artesanos con el conocimiento práctico, tanto para tejer, como para otras fases del proceso.</p>
<b>Muchos de los artesanos existentes en el municipio no saben el oficio completo, debido a la falta de capacitación en el oficio textil artesanal.</b>	Nivel de conocimiento del oficio de artesano textil	<p>El 51% de los artesanos conoce el oficio solo parcialmente, el restante 49% lo sabe en su totalidad.</p> <p>Este último grupo podría ser incluido para capacitar jóvenes en el oficio.</p> <p>Este resultado confirma la hipótesis, dado que prácticamente la mitad de los artesanos no sabe el oficio completo.</p>
	Nivel de conocimiento del oficio de artesanos mayores de 60 años.	El 77% de los 39 artesanos mayores de 60 años poseen un conocimiento total del oficio artesanal textil.
	Género de los artesanos	<p>La mayoría son hombres (82%). Solo el 18% son mujeres.</p> <p>Este resultado no responde a la hipótesis, pero muestra la composición de la población de artesanos actual respecto al género.</p>
<b>En el Municipio de San Sebastián, la mayoría</b>	Edad de los artesanos	La mayoría de artesanos no son adultos mayores, los artesanos mayores de 60 años son el 38%.

<b>de las personas que se dedican al oficio textil artesanal son adultos mayores, generando a futuro pérdida del patrimonio, debido a la falta de interés de los jóvenes en aprender y practicar el oficio.</b>		Este resultado refuta la hipótesis, dado que no son los adultos mayores no son mayoría entre los artesanos.
	Edad de los artesanos por género	<p>En todos los rangos de edades es mayor el número de hombre que mujeres.</p> <p>El rango de edades de los 40 a los 59 años, es el mayor y en el que está compuesto por más mujeres, que los otros rangos.</p> <p>Este resultado no responde a la hipótesis, pero muestra la composición por género y edad de los artesanos del municipio.</p>
<b>Existe equipo inactivo en los talleres, debido a la falta de mano de obra, causada por el desinterés de los jóvenes en practicar el oficio.</b>	Telares	<p>El 25% se encuentran inactivos</p> <p>Este resultado confirma la existencia de equipo inactivo, e indirectamente podría deberse a la falta de mano de obra, no obstante, no confirma que sea por desinterés de los jóvenes, ya que solo puede ser consecuencia de la falta general de mano de obra, confirmando la hipótesis.</p>
	Urdidores	<p>El 95% de los urdidores están activos.</p> <p>Este resultado no confirma la hipótesis, ya que en algunas fases del proceso no hay mucho equipo inactivo, no obstante, si faltan jóvenes en esta operación.</p>
	Tornos	El 92% de los tornos están activos.

		Este resultado no confirma la hipótesis, ya que en algunas fases del proceso no hay mucho equipo inactivo, no obstante, si faltan jóvenes en esta operación.
	Trazcañaderas	El 97% de las trazcañaderas están activos. Este resultado no confirma la hipótesis, ya que en algunas fases del proceso no hay mucho equipo inactivo, no obstante, si faltan jóvenes en esta operación.
	Máquinas de coser	Todas las máquinas de coser disponibles en los talleres están activas. Este resultado no confirma la hipótesis, ya que en esta fase del proceso no hay equipo inactivo, no obstante, si faltan jóvenes en esta operación.
<b>Objetivo Específico: Identificar los productos que ofrecen la competencia directa e indirecta y las cualidades diferenciadoras que poseen los productos característicos elaborados en las técnicas y métodos tradicionales de San Sebastián, así mismo para los productos de la competencia elaborados en otros sitios.</b>		
<b>Los productos textiles artesanales elaborados en San Sebastián, son los tradicionales, como</b>	Producción diaria por producto	En los diferentes tamaños de hamacas, se elaboran 352 a diario, principalmente las de 4 varas, seguido de las hamacas de 3 varas. Mantiles se elaboran 197 diariamente. Este resultado confirma la hipótesis, ya que los productos tradicionales son los que elaboran los artesanos de San Sebastián.

<b>hamacas, manteles y colchas, principalmente.</b>	Tejedores por línea de producción	El 47% de los tejedores elaboran hamacas de 4 varas y el 23% hamacas de 3 varas. Este resultado confirma la hipótesis, ya que los productos tradicionales son los que elaboran los artesanos de San Sebastián.
<b>Jornada de trabajo de los tejedores son de acuerdo a la cantidad de pedidos de producto que tiene el taller</b>	Jornada de trabajo de los tejedores	Los tejedores de San Sebastián realizan largas jornadas de trabajo, principalmente debido a que en los talleres se les paga por obra.

Tabla 156 Matriz de resultados del Censo de Artesanos.

### 6.8.2 Perfil del Artesano

Atributo/Cualidad	Tipo/Categoría	Descripción
<b>Del Artesano</b>		
<b>Edad</b>	Mayor de 14 años.	Se debe cumplir con la edad mínima de trabajo. Conforme a la ley LEPINA. La composición actual en los talleres es la siguiente. Mayores de 40 años: 77%
<b>Genero</b>	Indiferente	Los artesanos son mayoritariamente hombre debido a las características del trabajo que se realiza. La composición actual en los talleres es la siguiente. Masculino: 88% Femenino: 12%
<b>Del Oficio</b>		
<b>Cargos/Ocupación</b>	Tejedor Urdidor Canillero Manguillero	Tejedor: 72% Otros: urdidor, canillero y manguillero.
<b>Conocimiento del proceso</b>	Total, o Parcial	Muchos artesanos solo pueden realizar una parte del proceso de elaboración. La composición actual en los talleres es la siguiente. Total: 49% Parcial: 51%
<b>Tipo de telar</b>	Telar de palanca	Los artesanos tejedores, utilizan los telares de palanca en la elaboración de los siguientes productos. Hamaca grande: 47% Hamaca pequeña: 23%

		<p>Mantel: 16%</p> <p>Dato en porcentaje de tejedores dedicados a la elaboración del producto.</p>
<b>Jornada de trabajo</b>	Horario no determinado	Los artesanos fijan su horario de trabajo, de acuerdo a la producción diaria que desean realizar.
<b>Forma de pago</b>	Por Obra	A los artesanos se les paga por obra. El monto que se les paga por unidad de producción, está determinado por el encargado del taller, y varía dependiendo del producto que se elabore.
<b>Características del trabajo</b>	Trabajo físico: movimientos repetitivos	El trabajo realizado por los artesanos, independientemente del cargo u ocupación que tengan dentro del oficio, es un trabajo que requiere esfuerzo físico. Incluye carga física de trabajo y esfuerzo muscular dinámico. En el caso de los tejedores y canilleras, requiere el uso de las extremidades superiores e inferiores del cuerpo en forma coordinada.
<b>Riesgo laboral</b>	Fatiga	El intenso y continuo esfuerzo físico realizado, durante la jornada de trabajo puede generar fatiga muscular.

Tabla 157 Perfil del Artesano.



## **7 MERCADO DISTRIBUIDOR**

El impacto del mercado distribuidor sobre la rentabilidad de un proyecto llega a ser muy importante en determinados casos. Para los productos textiles artesanales, el mercado distribuidor es de mucha importancia, por las características del sector. Los productos llegan por medio de los distribuidores a los consumidores finales, en diferentes sitios del país.

Los productores de San Sebastián no poseen por lo general salas de ventas, como tal. Pocos poseen un local adecuado para la venta en el mismo sitio donde producen, y menos tienen algún local de ventas fuera del municipio. Esto hace muy importante, para los artesanos, el trato con comerciantes de las diferentes zonas del país, que vendan sus productos, esto implica, además, tener en cuenta el margen de ganancia de los comerciantes y el propio, como también tiene algunas ventajas, como el caso del ahorro en los costos de transporte.

A continuación, especificamos algunos aspectos conceptuales del mercado distribuidor.

### **7.1 El Mercado Distribuidor**

#### **7.1.1 Distribuidor**

Empresa que distribuye un producto para su comercialización, actuando de intermediario entre el productor y el minorista.

#### **7.1.2 Distribución**

La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado.

La distribución es uno de los aspectos o variables de la mezcla de mercadotecnia (marketing mix). Forma parte de las llamadas "Cuatro P's" del marketing clásico.

#### **7.1.3 Canales de distribución**

El concepto de canales de distribución es sencillo, es un camino seguido por un producto o servicio, para ir desde la fase de producción a la de adquisición y

consumo. Lo forman las organizaciones que realizan las funciones de distribución, los intermediarios. Además, las organizaciones de canales de distribución pueden ser internas o externas a la empresa productora.

La separación entre el centro de producción y el consumidor hacen necesaria la distribución (transporte y comercialización) de bienes y servicios desde su lugar de producción hasta su lugar de utilización o consumo.

Cada uno de los elementos del canal tiene sus propias necesidades, que el productor debe considerar junto con las del usuario final.

### *Canales de Distribución para Productos de Consumo*

**Canal Directo o Canal 1 (del Productor o Fabricante a los Consumidores):** Este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, por lo que, el productor o fabricante desempeña la mayoría de las funciones de mercadotecnia tales como comercialización, transporte, almacenaje y aceptación de riesgos sin la ayuda de ningún intermediario.

**Canal Minorista o Canal 2 (del Productor o Fabricante a los Minoristas y de éstos a los Consumidores):** Este tipo de canal contiene un nivel de intermediarios, los minoristas o minoristas.

En estos casos, el productor o fabricante cuenta generalmente con una fuerza de ventas que se encarga de hacer contacto con los minoristas (minoristas) que venden los productos al público y hacen los pedidos.

**Canal Mayorista o Canal 3 (del Productor o Fabricante a los Mayoristas, de éstos a los Minoristas y de éstos a los Consumidores):** Este tipo de canal de distribución contiene dos niveles de intermediarios: 1) los mayoristas (intermediarios que realizan habitualmente actividades de venta al por mayor, de bienes y/o servicios, a otras empresas como los minoristas que los adquieren para revenderlos) y 2) los minoristas (intermediarios cuya actividad consiste en la venta de bienes y/o servicios al detalle al consumidor final).

**Canal Agente/Intermediario o Canal 4 (del Productor o Fabricante a los Agentes Intermediarios, de éstos a los Mayoristas, de éstos a los Minoristas y de éstos a los Consumidores):** Este canal contiene tres niveles de intermediarios: 1) El Agente Intermediario (que por lo general, son firmas comerciales que buscan clientes para los productores o les ayudan a establecer tratos comerciales; no tienen actividad de fabricación ni tienen la titularidad de los productos que ofrecen), 2) los mayoristas y 3) los minoristas.

El subsector textil artesanal, como otros sectores económicos, poseen diversas maneras de comercializar sus productos. El trato directo con los clientes, es en algunos casos, lo preferible, pero no siempre se cuenta con la posibilidad de llevar los productos hasta donde se encuentran, ya que esto implica tener locales de venta, pagar personal de ventas, incurrir en costos de transporte, entre otros.

Los talleres son pequeños, por lo general, y no cuentan con recursos para costear gastos como los descritos, por lo que la mejor alternativa es contar con los comerciantes que pueden llevar sus productos hasta el lugar de los clientes.

Los canales de distribución que se implementan en la actualidad en los talleres de San Sebastián son los siguientes:

- a. **Sala de ventas en San Sebastián, Canal Directo.** La actividad de venta directa para los talleres de San Sebastián, se realiza con los consumidores que llegan a su establecimiento. Este es el segundo canal de distribución, en importancia, para los productores de locales, según los resultados de la encuesta a los productores.
- b. **Canal Minorista.** El canal minorista es el más utilizado por los talleres de San Sebastián para comercializar sus productos. El intermediario en este caso, son tiendas especializadas, boutiques, puestos de venta en los mercados y venta ambulante, principalmente.
- c. **Canal Mayorista.** Los fabricantes de San Sebastián no tienen la capacidad de hacer llegar sus productos a todo el mercado consumidor ni a todos los minoristas, por eso emplean este canal, que tiene el tercer lugar en importancia.

- d. **Canal Agente/Intermediario.** Los productores de San Sebastián no utilizan este canal de distribución, primeramente, porque no tienen la capacidad económica para pagar un agente intermediario, y en segundo lugar, la relativa accesibilidad a los centros de consumo locales, permite tener un contacto directo con los clientes.

El siguiente esquema muestra los canales de distribución utilizados por los productores de San Sebastián, para llevar las artesanías textiles a los consumidores.

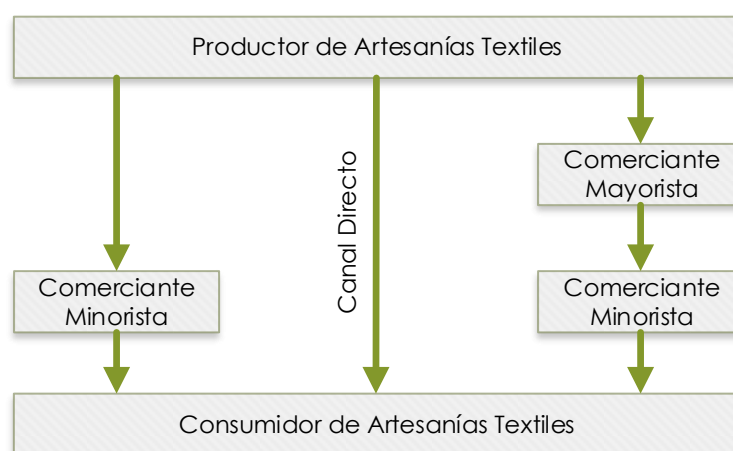


Ilustración 15 Esquema de los canales de distribución

## 7.2 Caracterización del Distribuidor a ser encuestado

El perfil del distribuidor de artesanías textiles, considerado para este estudio, cumple con los criterios que se detallan a continuación.

**Ubicación Geográfica:** el distribuidor que comercialice las artesanías textiles en el Área Metropolitana de San Salvador.

**Establecimiento de ventas:** el negocio debe poseer un local o establecimiento de venta permanente, ya sea propio o arrendado, ubicado en una plaza comercial, ya sea un mercado municipal o en un mercado especializado en artesanía, también aplican los negocios que tengan locales en centros comerciales, o en cualquier sitio, en cuanto sea reconocido por dedicarse a la comercialización de textiles artesanales.

**Producto:** ofrecer los productos textiles artesanales elaborados en telares de palanca, otros productos tejidos de manera artesanal en otras técnicas artesanales y también quienes distribuyen y comercializan productos sustitutos, de los productos elaborados en telares, ya sean industriales o artesanales, elaborados en el país o fuera de él.

### 7.3 Generalidades del Mercado Distribuidor

En El Salvador existen algunos sitios destinados exclusivamente a la venta de productos artesanales, los más destacados dentro del Área Metropolitana de San Salvador son, el Mercado Ex-Cuartel y el Mercado Nacional de Artesanías.

#### Mercados de Artesanías

Nombre	Datos Generales	Productos
<b>Mercado Ex-Cuartel</b>	<p>Dirección: 1a Calle Oriente, centro de San Salvador, San Salvador.</p> <p>Horario: Lunes a Domingo: 7:00 am a 5:00 pm</p> <p>Teléfono: 2533 7217</p> <p>Servicios: parqueo y vigilancia</p>	<p>Venta de Artesanías, Ropa, Calzado y Comida.</p> 
<b>Mercado Nacional de Artesanías</b>	<p>Dirección: Avenida Manuel Enrique Araujo, San Salvador, San Salvador.</p> <p>Horario: Lunes a Domingo: 9:00 am a 6:00 pm</p> <p>Teléfono: 2130-6315</p> <p>Servicios: parqueo y vigilancia</p>	<p>Diferentes tipos de artesanías nacionales y regionales.</p> 

Tabla 158 Mercados de Artesanías de El Salvador

A continuación, se amplía la información sobre los mercados del Área Metropolitana de San Salvador, especializados en la venta de artesanías.

### **7.3.1 El Mercado Ex-Cuartel**

El Mercado Ex-Cuartel, como centro público de compra-venta tiene más de 60 años de que fue instalado en la zona del que era anteriormente un Regimiento de Artillería, el cual mantiene la actividad comercial, principalmente para las artesanías, fin para el que fue creado.

El Mercado Ex-Cuartel tiene la función específica, dentro del sistema de Mercados, de comercializar productos artesanales, ropa y calzado; teniendo una clasificación de mercado especializado.

El producto artesanal que se comercializa proviene del interior del país como: San Sebastián, La Palma, Ilobasco, Nahuizalco, Cojutepeque, Aguilares, y otros.

En 1948 el lugar fue destinado a Mercado Municipal número 2, el primer edificio en fungir como tal, fue consumido por un incendio en la noche del 12 de abril de 1956. En 1948, el Mercado Central Nacional se localizaba en el actual parque Hula-Hula, desatándose un incendio en 1961 por lo que se decidió trasladarlo al predio que ocupara el Primer regimiento de Infantería, convirtiéndose en lo que se denomina mercado Ex-Cuartel.

Por lo tanto, dicho mercado constituye un patrón económico en el Área Metropolitana de San Salvador, por cuanto ha generado durante más de 60 años, la misma actividad la cual ha provocado en la población una sana costumbre de adquirir determinado producto y generado una fuente de trabajo para muchas familias salvadoreñas que son los comerciantes que laboran actualmente en el mercado. Asimismo, se ha convertido en una atracción para el turismo, ya que gusta de las artesanías salvadoreñas.

### **7.3.2 Mercado Nacional de Artesanías**

En el Mercado Nacional de Artesanías en San Salvador, se encuentran a la venta algunos artículos artesanales como textiles, cerámica, pinturas e instrumentos musicales, que reflejan las artes y artesanías típicas de El Salvador y los países vecinos.

Entre los textiles artesanales comercializados en este mercado se pueden encontrar los productos de San Sebastián como son: hamacas, manteles, colchas, etc.

Este mercado fue fundado en 1976. Llamado Mercado Nacional de Artesanías es uno de los sitios más representativos de la capital y reúne vistosas y coloridas manualidades creadas por artesanos que, por tradición elaboran productos únicos en El Salvador.

Existen aproximadamente 33 establecimientos disponibles que ofrecen variedad de opciones de recuerdos o souvenirs elaborados en El Salvador. Entre hamacas, manteles, cuadros pintados en plumas de pavo, sombreros, carteras, objetos de cerámica, barro y madera.

Incluso pueden encontrar vestimenta elaborada a base de manta con delicados detalles teñidos en añil, ropa bordada a mano con vistosos colores, con accesorios de bisutería, cinchos, sandalias y carteras hechas de cuero, semillas y otros materiales que le sorprenderán.

Sin embargo, en el Mercado Nacional de Artesanías podemos encontrar precios accesibles al consumidor internacional, aunque los precios para los consumidores nacionales son un poco altos.

El mercado nacional de artesanías es visto como un centro de ventas artesanal estratégico por su excelente ubicación. El mercado se encuentra ubicado sobre la avenida Manuel Enrique Araujo, en San Salvador.

El Ministerio de Economía (MINEC), es el ente encargado de administrar el mercado Nacional de Artesanías.

### 7.3.3 Bazares y Tiendas de Productos Artesanales

#### *La Piskucha. Boutique de artesanías*



Es una boutique que ofrece artículos artesanales, que surgió con el propósito de dar espacio a los artesanos emergentes y poder rescatar la cultura salvadoreña.

Los propietarios y creadores de esta empresa son los esposos Rodrigo Flores y Mónica Figueroa de Flores, a quienes siempre les gustaron las artesanías y pensaron en poder abrir una tienda que ayudara a los artesanos a comercializar sus productos con lo cual logran ofrecer a sus clientes variedad de productos con diferentes materiales y técnicas.

La Piskucha cuenta con artículos tradicionales y originales de artesanos de El Salvador. Entre los productos ofrecidos se encuentran:

Productos Comercializados	
<b>Artesanía Moderna</b>	<b>Pinturas en Oleo</b>
	
<b>Productos en Añil</b>	<b>Productos en Barro</b>
	



### Mantel Artesanal



Tabla 159 Productos de La Piskucha

Formas de contacto:

- E-Mail: [info@lapiskucha.com](mailto:info@lapiskucha.com)
- Teléfono: 2130-2224
- Dirección:
  - La Piskucha Muna - Museo Nacional de Antropología Dr. David J. Guzmán  
Av. La Revolución, frente a Centro Internacional de Ferias y Convenciones,  
CIFCO. Col. San Benito, San Salvador.
  - La Piskucha - Rest. Las Brumas ubicados dentro del Restaurante Las Brumas  
Km 19. 1/2 hacia el volcán de San Salvador.

### Batán



Batán surgió con la idea inicial de impulsar el trabajo artesano de San Sebastián, en el departamento de San Vicente, se comenzó vendiendo hamacas y columpios a través de una página en Facebook.

La pequeña empresa, cuyo nombre es una acotación de "bataneco", gentilicio de San Sebastián, tiene dos líneas de producción: "Baby Batán", con hamacas y columpios para bebés; y "Familia y hogar", con hamacas y columpios que soportan hasta 250 libras, y que además incluye centros de mesa y mantas de cocina.

Batán ha generado empleo para cuatro personas de San Sebastián: dos costureras, un carpintero y un administrador en cargado de la logística. En promedio, la empresa ha logrado producir alrededor de 600 unidades en el año.




Productos	
<p><b>Hamacas</b></p> 	<p><b>Columpios</b></p> 
<p><b>Manteles y mantas</b></p> 	

Tabla 160 Productos de Batán

Formas de contacto:

- Facebook: @columpiosbatan
- Teléfono: 7852 2321
- Dirección:
  - Tienda El Capihucho. Calle Cuscatlán Oriente, Antiguo Cuscatlán.
  - Paseo El Carmen, Santa Tecla.

## Nahanché

**Nahanché**

Nahanché es una tienda que vende diversas artesanías, elaboradas por artesanos nacionales. Se dedica a las ventas minoristas, poseen más de 40 años de apoyar a los artesanos comercializando sus productos.

Cuentan con variedad de artesanías en cerámica, madera, barro, textiles, así como camisetas, accesorios, carteras y muchos detalles para recuerdo de El Salvador.

Los productos textiles que ofrece Nahanché son los siguientes.

Productos	Descripción Grafica	
Hamacas		
Manteles y caminos		

Tabla 161 Productos textiles artesanales de Nahanché

Formas de contacto:

- Facebook: [www.nahanche.com](http://www.nahanche.com)
- Teléfono: 2245 2045
- Dirección:
  - Metrocentro. Centro Comercial Metrocentro Tercera Etapa, Frente a Torre Roble.
  - Zona Rosa. Centro Comercial Basilea, Zona Rosa San Salvador.

## Nixapa Tienda de Artesanías



Su nombre significa Río de Cenizas, de origen Nahuatl.

La empresa Nixapa se fundó hace 41 años en la ciudad de Nejapa, El Salvador, de donde deriva el nombre de la empresa, elaborando carteras de henequén (pita), las que comercializaba en el Mercado Ex-Cuartel. Posteriormente ya en 1974 se presenta la oportunidad de vender su producto en el Mercado Nacional de Artesanías. De esta manera nace "Nixapa". En el año 2003 se cambia la estrategia de venta y se abre la segunda tienda en Galerías Escalón. En el año 2004 se abre la tercera tienda en Centro Comercial Multiplaza y en el año 2005 se abre la cuarta tienda en centro comercial Gran Vía.

En las tiendas Nixapa El Salvador, las artesanías hechas a mano tienen un lugar importante, tanto en el concepto comercial, como en el aspecto social de nuestro país. Son muchas las familias que dependen de la elaboración de diferentes artículos, todos hechos a mano en El Salvador.

Entre los productos ofrecidos por Nixapa se tienen:

Productos Comercializados	Descripción Grafica
<b>Madera y Bambú</b> 	<b>Morro</b> 
<b>Textiles y Bolsos</b>	<b>Barro</b>



**Tabla 162 Productos de Nixapa**

Formas de contacto:

- Página Web: [www.nixapa.com](http://www.nixapa.com)
- Teléfono: 2243-0717
- Dirección:
  - Centro Comercial Galerías Paseo General Escalón, local 212, 2do. Nivel
  - Centro Comercial Multi Plaza Carretera Panamericana, Local C-72, 2do. Nivel
  - Centro Comercial La Gran Vía Carretera Panamericana, Local 806, 2do Nivel

## **7.4 Selección de Técnica de Muestreo**

### **7.4.1 Muestreo No Probabilístico**

Debido a que no conocemos el número exacto de tiendas y puestos dedicados a la venta de productos textiles artesanales, se emplea el muestreo no probabilístico.

En este estudio el tamaño de muestra no es importante desde una perspectiva probabilística. Lo que se busca en la indagación es profundidad. Nos conciernen casos que nos ayuden a entender las condiciones del mercado distribuidor.

El estudio del mercado distribuidor se realizó en el Mercado Ex-Cuartel, el principal centro de venta de artesanías del Área Metropolitana de San Salvador, esto debido a que, en los resultados obtenidos en la pregunta 4 de la encuesta de los productores de textiles artesanales de San Sebastián, el principal destino de sus productos es San Salvador.

Otra de las razones por las que se seleccionó el Mercado Ex-Cuartel y mercado de artesanías, fue por el motivo que es un centro de abasto para otros comerciantes, aspecto que corroboramos durante la recolección de información.

#### **7.4.2 Muestras homogéneas**

En la muestra homogénea las unidades a seleccionar poseen un mismo perfil o características, o bien, comparten rasgos similares. Para el estudio del mercado distribuidor se identificó a comerciantes de artesanías textiles, que comercializan productos textiles artesanales, del tipo que se elaboran en San Sebastián, como rasgo común.

### **7.5 Selección y Diseño de Instrumento**

El instrumento seleccionado para la recolección de información del mercado distribuidor es la encuesta, ya que se diseñó un cuestionario de preguntas como instrumento de registro de las opiniones de los comerciantes de artesanías, en los centros de ventas seleccionados.

El instrumento de aplicación de la técnica, la Encuesta de comerciantes de artesanías textiles, se describe de la siguiente manera.

*Encuesta (Sondeo Dirigido a los Comerciantes)*. Este proceso consistió básicamente en recolectar la información por medio de un cuestionario dirigido a los negocios del Mercado Ex-Cuartel y Mercado de Artesanías que venden artesanías en el área metropolitana de San Salvador. El cual contenía un apartado



para datos generales y posteriormente preguntas abiertas y cerradas para recolectar la información necesaria que contribuya al logro de los objetivos planteados en la investigación.

#### **7.5.1 Instrumento: Encuesta de Comerciantes de Artesanías Textiles del Área Metropolitana de San Salvador.**

Los instrumentos formulados para la Encuesta de los comerciantes del Mercado ExCuartel y Mercado de Artesanías, se encuentran en el Anexo 6.

### **7.6 Recolección de datos**

La recolección de información se planificó y desarrolló, considerando para ello una secuencia de actividades.

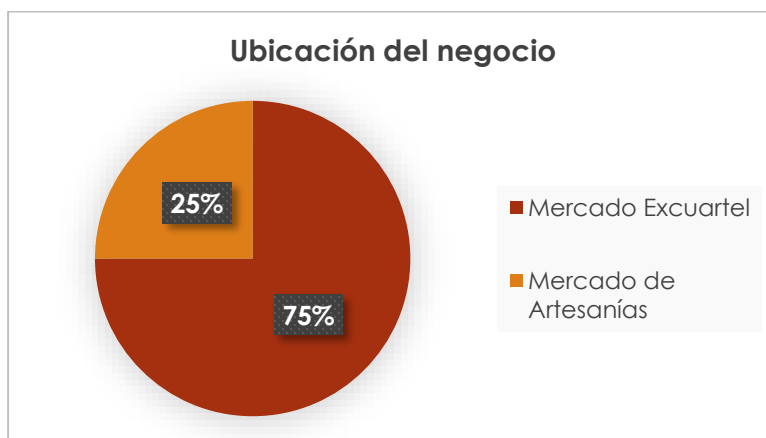
Primero se identificó los centros de comercialización de artesanías, donde se pasó la encuesta dirigida a los comerciantes de artesanías textiles.

El número de encuestas estuvo sujeto a la disponibilidad de los comerciantes para colaborar con la encuesta, siendo 28, el número definitivo de encuestas realizadas.

No. Negocio	Nombre del negocio	Ubicación del negocio
1	Bazar Sujeidy	Mercado Ex-Cuartel
2	Bazar Keni	Mercado Ex-Cuartel
3	Karla y Cris Suvenir	Mercado Ex-Cuartel
4	Bazar y Artesanías Laurita	Mercado Ex-Cuartel
5	Chapia	Mercado Ex-Cuartel
6	Sin Nombre	Mercado Ex-Cuartel
7	Suvenir Silvia	Mercado Ex-Cuartel
8	Calle 2	Mercado Ex-Cuartel
9	Israelita	Mercado Ex-Cuartel
10	Póngale Nombre	Mercado Ex-Cuartel
11	Panchimalco	Mercado Ex-Cuartel
12	El Milagro	Mercado Ex-Cuartel
13	Suvenir Marlir	Mercado Ex-Cuartel

14	Valeria	Mercado Ex-Cuartel
15	Atlacatl	Mercado Ex-Cuartel
16	Variedades sin Nombre	Mercado Ex-Cuartel
17	Artesanías el Milagro	Mercado Ex-Cuartel
18	Variedades Lucy	Mercado Ex-Cuartel
19	Variedades Gladis	Mercado Ex-Cuartel
20	Suvenir Elizabeth	Mercado Ex-Cuartel
21	Variedades Raquel	Mercado Ex-Cuartel
22	Artesanías Huellas y Cuero	Mercado de Artesanías
23	Artesanías Xiomara	Mercado de Artesanías
24	Artesanías Pérez	Mercado de Artesanías
25	Artesanías Calleja	Mercado de Artesanías
26	El Mago de Oz	Mercado de Artesanías
27	El mundo de las Hamacas	Mercado de Artesanías
28	El Cipitín	Mercado de Artesanías

Tabla 163 Negocios de venta de textiles artesanales encuestados



Gráfica 100 Ubicación de los negocios de artesanías encuestados



## 7.7 Análisis de Datos de Cuestionario Realizado a Comerciantes de Productos Textiles Artesanales

### 1. ¿Qué productos textiles artesanales vende su negocio?

Productos textiles artesanales que vende su negocio	Frecuencia
Hamacas	27
Colchas	22
Cubrecamas	19
Manteles	25
Bufandas	18
Bolsos	24
Tela de Manta	11
Otro	2

Tabla 164 Productos textiles en venta



Gráfica 101 Productos textiles artesanales comercializados

Las hamacas son los productos textiles artesanales que más se comercializa, a la venta en 27 negocios de los consultados, en segundo y tercer lugar se encuentran los manteles y bolsos alcanzando 25 y 24 menciones respectivamente, las colchas y cubrecamas presentan 22 y 19 menciones respectivamente, las bufandas son comercializadas en 18 negocios, mientras que la tela de manta es la que menor oferta de comercialización presenta con solo 11 respuestas de comercialización obtenidas y solamente se presentan 2 respuestas para otros productos textiles artesanales comercializados como pueden ser columpios y delantales.

En el comercio de artesanías se encuentra una variedad de productos textiles, los cuales provienen de diferentes lugares como Chalatenango, San Salvador, San Sebastián, incluso cuentan con productos de Guatemala, el producto que menos comercializan es la tela de manta, los comerciantes expresaban que este es un producto que fabrican muy poco, del cual existe escases en el mercado.

2. ¿Cuál de los productos textiles artesanales es el que se vende más?

¿Cuál de los productos textiles artesanales es el que se vende más?	Frecuencia Total
Hamacas	21
Colchas	15
Cubrecamas	7
Manteles	8
Bufandas	5
Bolsos	9
Tela de Manta	5
Otro	0

Tabla 165 Productos textiles con mayor venta



Gráfica 102 Productos textiles artesanales con mayor venta

Según la información obtenida de los negocios de productos artesanales en el Mercado Ex–Cuartel y Mercado de Artesanías ubicado en las cercanías de Cifco las hamacas son los productos textiles artesanales que mayores ventas presentan con 21 respuestas obtenidas; seguidas por las colchas con 15 menciones ubicándose en segundo lugar; en tercer lugar se encuentran los bolsos con 9 respuestas, los manteles obtuvieron 8 respuestas como productos más vendidos; los cubrecamas presentan 7 frecuencias de respuestas; mientras que bufandas y tela de manta obtuvieron 5 respuestas respectivamente como productos que mayor

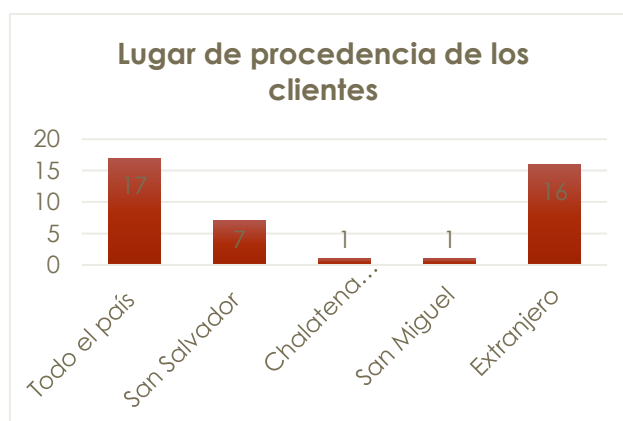
venta presentan y ubicándose en último lugar con 0 respuestas están otros productos.

El producto textil artesanal más vendido es la hamaca, seguido por las colchas que en su mayoría son procedentes de Guatemala, según expresaron los comerciantes del lugar. La producción de hamacas en San Sebastián es muy amplia, en la investigación realizada se pudo observar que existen talleres que se dedican solo a la producción de hamacas, puesto que este es un producto característico del lugar y que posee mucha demanda según productores y comerciantes,

### 3. Lugar de procedencia de los clientes

Lugar de procedencia de los clientes	Frecuencia
Todo el país	17
San Salvador	7
Chalatenango	1
San Miguel	1
Extranjero	16

Tabla 166 Lugar de Procedencia de clientes



Gráfica 103 Lugar de procedencia de los clientes

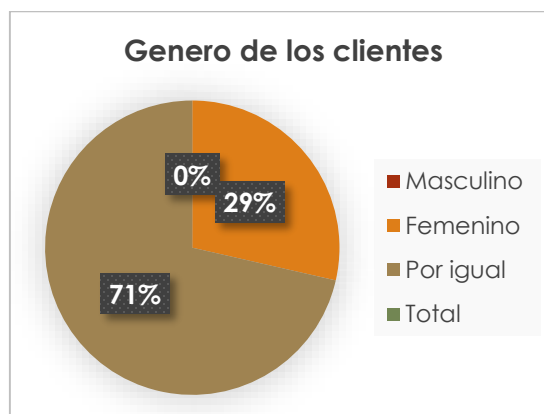
De los negocios consultados 17 de estos mencionan que sus clientes provienen de todo el país, 16 que sus clientes son turistas extranjeros, 7 mencionan que sus clientes son de San Salvador, un negocio menciona que sus clientes son de Chalatenango y de igual manera solo un negocio mencionó San Miguel como lugar de procedencia de sus clientes.

Por lo tanto, consumidores provienen de todo el país y del extranjero, puesto que estos productos sirven como objeto útil, decorativo o souvenir.

#### 4. Mayoritariamente ¿Cuál es el género de sus clientes?

Genero de sus clientes	Frecuencia	Porcentaje (%)
Masculino	0	0%
Femenino	8	29%
Por igual	20	71%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 167 Género de clientes



Gráfica 104 Género de Clientes

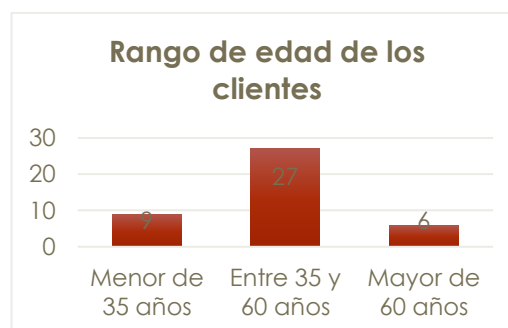
De los 28 negocios a los cuales se les realizó la encuesta al momento de consultar sobre el género de sus clientes el 71% de estos respondió que tanto hombres como mujeres por igual adquieren sus productos, un 29% respondió que mayoritariamente sus clientes son del género femenino y en ninguno de los negocios consultados respondieron que mayoritariamente sus clientes son hombres.

En conclusión, la mayoría de los comerciantes expresaron que sus clientes eran de ambos sexos y con una mínima cantidad respondieron que sus clientes en su mayoría eran mujeres, por lo tanto, en la venta de productos textiles artesanales los clientes pueden ser hombre o mujer.

#### 5. Mayoritariamente ¿cuál es la edad de sus clientes?

Mayoritariamente ¿cuál es la edad de sus clientes?	Frecuencia
Menor de 35 años	9
Entre 35 y 60 años	27
Mayor de 60 años	6

Tabla 168 Edad de clientes



Gráfica 105 Edad de Clientes

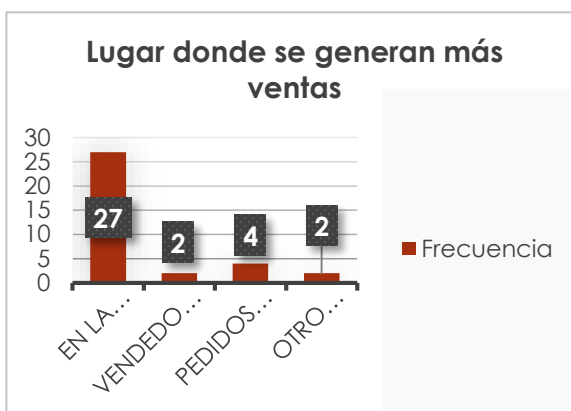
El principal rango de edad de clientes de los 28 negocios de artesanías textiles consultados en el Mercado Ex-Cuartel y Mercado de Artesanías oscila entre los 35 y 60 años de edad obteniendo una frecuencia total de 27 respuestas, seguido por los clientes cuyo rango de edad es menor de 35 años que obtuvo una frecuencia de 9 respuesta, mientras el rango de edad mayor de 60 años solamente se registró una frecuencia de 6 respuestas.

Por lo tanto, la mayoría de clientes que consumen productos textiles artesanales se encuentran entre los 35 a 60 años de edad, es decir que las personas que compran este producto son posiblemente adultos, jefes de hogar.

#### 6. ¿En qué lugar o por qué medio se generan más ventas?

En qué lugar o por qué medio se generan más venta	Frecuencia
En la tienda propia o establecimiento	27
Vendedores ambulantes	2
Pedidos que se entregan al cliente	4
Otro (Exportación)	2

Tabla 169 Lugar o medio en las que se generan más ventas



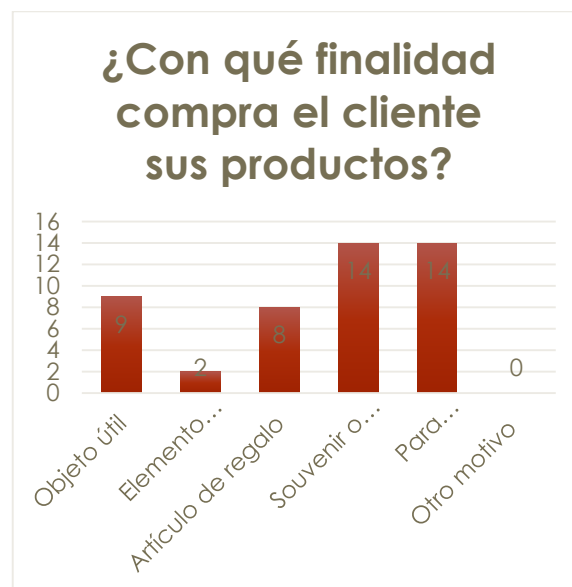
Gráfica 106 Lugar donde se generan más ventas

En la tienda o establecimiento propio es el lugar donde se generan más ventas de productos textiles artesanales según la información proporcionada por los negocios consultados esta opción de respuesta fue mencionada en 27 ocasiones, la opción de pedidos que se entregan a domicilio fue señalada en 4 ocasiones; mientras que las opciones de vendedores ambulantes y otro que en este caso dijeron ser exportación fueron señaladas en 2 ocasiones respectivamente.

## 7. ¿Con que finalidad compra el cliente sus productos?

¿Con que finalidad compra el cliente sus productos?	Frecuencia
Objeto útil	9
Elemento decorativo	2
Artículo de regalo	8
Suvenir o recuerdo	14
Para comercialización	14
Otro motivo	0

Tabla 170 Finalidad de compra



Gráfica 107 Finalidad de compra

La finalidad por que los clientes compran sus productos textiles artesanales según los negocios consultados se tiene que en primer lugar se ubican las opciones: para comercialización y para souvenir o recuerdo con 14 respuestas registradas respectivamente, en segundo lugar, como objeto útil con 9 menciones, como artículo de regalo registro 8 menciones, mientras que la opción elemento decorativo registra 2 menciones, quedando en último lugar la opción Otro motivo con 0 respuestas.

La mayoría de clientes con los que cuentan los mercados de Artesanías de San Salvador compran productos textiles artesanales con la finalidad de comercializarlo o como un producto de recuerdo, como se mencionó con anterioridad un grupo significativo de clientes con los que cuentan son extranjeros, los cuales por lo general buscan productos artesanales con la finalidad de utilizar como un souvenir.

## 8. ¿Por qué compra el cliente sus productos?

¿Por qué compra el cliente sus productos?	Frecuencia
Precio	19
Diseño	7
Creatividad	4
Calidad	18
Singularidad/Exclusividad	2
Diferenciación	1
Conveniencia (adaptado a las necesidades del cliente)	1
Otro motivo (Nostalgia)	1

Tabla 171 Razones por la que compran los clientes



Gráfica 108 Motivos de compra

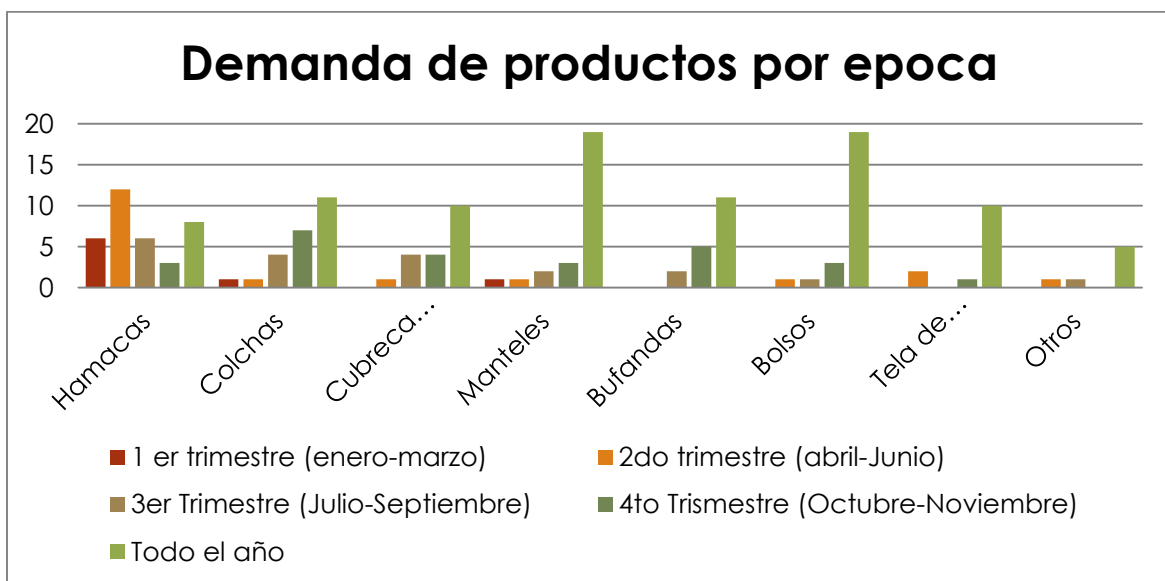
El principal motivo por el cual el cliente compra sus productos según la percepción de los encargados de los negocios consultados es por el precio, obteniendo esta opción 19 respuestas, en segundo lugar, se ubica la calidad con 18 respuestas registradas, el diseño del producto registro 7 menciones, creatividad 4 menciones, mientras que singularidad/exclusividad registra 2 menciones, diferenciación, conveniencia y otro motivo registraron una respuesta respectivamente.

Por lo tanto, el motivo de compra de productos textiles artesanales es por el precio y la calidad que poseen dichos productos.

## 9. ¿En qué época se venden más sus productos?

Demanda	1 er trimestre (enero-marzo)	2do trimestre (abril-Junio)	3er Trimestre (Julio-septiembre)	4to Trimestre (Octubre-Noviembre)	Todo el año
Hamacas	6	12	6	3	8
Colchas	1	1	4	7	11
Cubrecamas	0	1	4	4	10
Manteles	1	1	2	3	19
Bufandas	0	0	2	5	11
Bolsos	0	1	1	3	19
Tela de manta	0	2	0	1	10
Otros	0	1	1	0	5

Tabla 172 Demanda



Gráfica 1 Demanda de productos por época

### Hamacas:

La época del año en que se generan mayores ventas de las hamacas es en el segundo trimestre del año con 12 respuestas obtenidas, un segundo lugar en mayores ventas lo obtuvo la opción todo el año al ser 8 veces marcada, 6 encuestados destacan que la mayor venta de hamacas se genera durante el primer y tercer trimestre del año, 3 encuestados afirman que las mayores ventas se realizan en el cuarto trimestre del año.



**Colchas:**

De los negocios consultados donde se comercializan colchas 11 respondieron que las ventas de estas se registran durante todo el año por igual, 7 seleccionaron la opción del cuarto trimestre como la época en la cual se registran mayores ventas de colchas. La opción tercer trimestre registró 4. Mientras que las opciones primer y segundo trimestre registró respuesta 1 respuesta cada una.

**Cubrecamas:**

Según 10 de los negocios consultados los cubrecamas se venden por igual todo el año, 4 respuestas se obtuvieron en cada una de las opciones tercer y cuarto trimestre como la época del año en la que mayores ventas, el segundo trimestre solo un negocio mencionó que es la época con mayor venta de cubrecamas y para el primer trimestre no se obtuvieron respuestas.

**Manteles:**

Al consultar a los comerciantes que dijeron vender manteles sobre la época del año en que mayor venta de estos presentaban 19 mencionaron que la venta de manteles es constante durante todo el año, 3 que las mayores ventas de estos productos se dan en el cuarto trimestre del año, 2 dicen tener mayores ventas de manteles en el segundo trimestre mientras que para el segundo y primer trimestre solo se obtuvo una mención respectivamente.

**Bufandas:**

La mayor venta de bufandas para 11 de los negocios consultados se da en todo el año por igual, 5 negocios dicen registran mayores ventas de este producto en el cuarto trimestre del año, 2 negocios mencionaron tener mayores ventas durante el tercer trimestre, mientras que el segundo y primer trimestre no registran respuesta.

**Bolsos:**

Del total de negocios consultados que dijeron comercializar bolsos 19 mencionan que la venta de estos productos se mantiene constante durante todo el año, 3 respondieron que estos presentan mayores ventas durante el cuarto trimestre, una mención se obtuvo para el segundo y tercer trimestre respectivamente mientras que el primer trimestre no obtuvo respuesta.

### Tela de manta:

La tela de manta se vende por igual durante todo el año según 10 de los negocios consultados, 2 dicen tener mayores ventas de este producto durante el segundo trimestre, un negocio menciona que es durante el cuarto trimestre es donde mayores ventas de tela de manta se registran, mientras que para el primer y tercer trimestre no se registraron respuestas.

### Otros:

Otros productos textiles artesanales como columpios o delantales mencionaron 5 negocios de los consultados que se vendían por igual durante todo el año, el segundo y tercer trimestre fueron seleccionados por un negocio respectivamente como la época del año donde se producían sus mayores ventas dejando cero respuestas para el primer y cuarto trimestre.

### 10. ¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar sus productos?

¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar sus productos?	Frecuencia
Boca a boca	23
Contacto directo	12
Folletos y material promocional	1
Ferias comerciales y eventos	1
Punto de venta propio	3



Gráfica 109 Medios de promoción de los productos

A través de asociaciones	0
Otro medio	3

**Tabla 173 Medios utilizados para promocionarse**

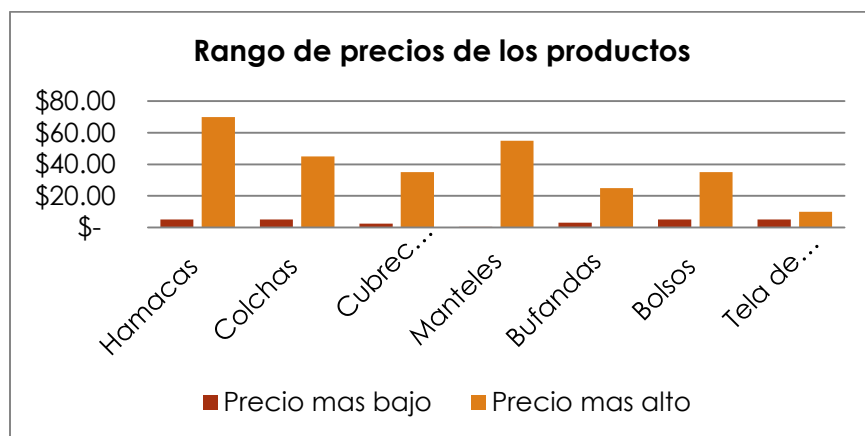
Como principal medio utilizado para promocionar sus productos los negocios de artesanías del Mercado Ex Cuartel y del Mercado de Artesanías es el boca a boca cuya opción de respuesta registra 23 menciones, el contacto directo registro 12 respuestas, punto de venta propio 3 respuestas, otro medio entre los cuales mencionaban redes sociales y páginas amarillas obtuvieron 3 respuestas, las opciones folletos y material promocional junto con ferias comerciales y eventos registran una respuesta respectivamente mientras el medio a través de asociaciones registro 0 respuestas.

Los comerciantes de productos textil artesanal utilizan como medio de promoción el boca a boca, es decir la recomendación de sus productos de cliente a cliente, otro medio muy utilizado es el contacto directo con el cliente, los otros medios mencionados son poco utilizados por estos.

### **11. ¿A qué precio vende los productos textiles artesanales?**

<b>Producto</b>	<b>Precio más bajo</b>	<b>Precio más alto</b>
Hamacas	\$ 5,00	\$ 70,00
Colchas	\$ 5,00	\$ 45,00
Cubrecamas	\$ 2,50	\$ 35,00
Manteles	\$ 0,50	\$ 55,00
Bufandas	\$ 3,00	\$ 25,00
Bolsos	\$ 5,00	\$ 35,00
Tela de manta	\$ 5,00	\$ 10,00

**Tabla 174 Rango de precios por productos**



Gráfica 110 Rango de precios de productos textiles artesanales

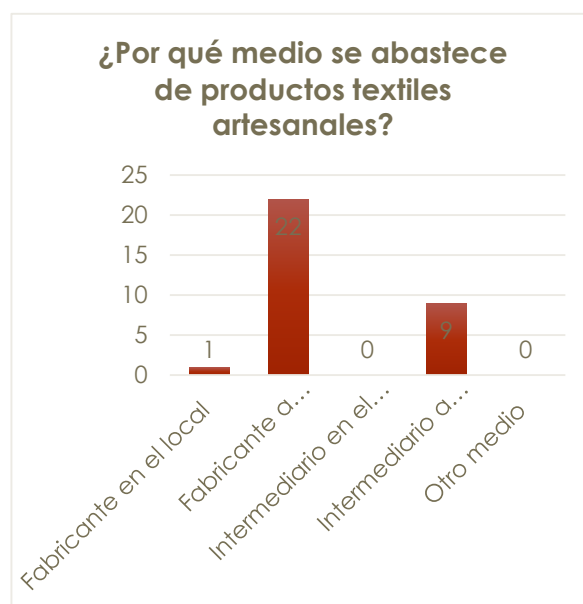
El producto que posee el mayor precio de venta, es la hamaca, seguido de los manteles, que tiene una mayor variación del precio, debido a la diversidad de tamaños de los manteles que se comercializan.

La disparidad en los precios de los diferentes productos se debe a la diversidad de materiales con que se elaboran los productos, a la cantidad de acabados, incorporación de accesorios y las diferentes dimensiones de los productos.

## 12. ¿Por qué medio se abastece de productos textiles artesanales?

¿Por qué medio se abastece de productos textiles artesanales?	Frecuencia
Fabricante en el local	1
Fabricante a domicilio	22
Intermediario en el local	0
Intermediario a domicilio	9
Otro medio	0

Tabla 175 Medios de abastecimientos



Gráfica 111 Medios de abastecimiento

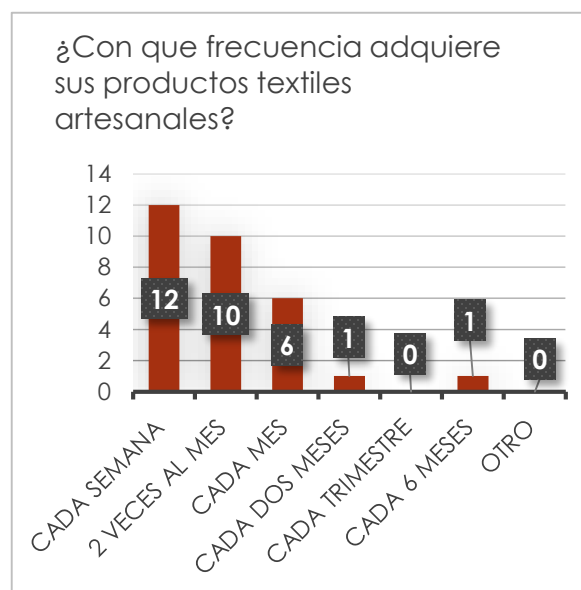
El principal medio señalado por los negocios para abastecerse de los productos textiles artesanales consiste en que el fabricante de estos productos los entregue en las instalaciones del negocio siendo esta opción señalada en 22 ocasiones, la opción de intermediario a domicilio registro 9 repuestas, fabricante en el local registro 1 mención, mientras que la opción: intermediario en el local y otro medio no registraron respuesta.

Los principales medios de abastecimientos son los fabricantes a través de entrega de sus productos a domicilio y vendedores intermediarios que de igual manera realiza la entrega del producto artesanal a domicilio.

### 13. ¿Con que frecuencia adquiere sus productos textiles artesanales?

¿Con que frecuencia adquiere sus productos textiles artesanales?	Frecuencia
Cada semana	12
2 veces al mes	10
Cada mes	6
Cada dos meses	1
Cada Trimestre	0
Cada 6 meses	1
Otro	0

Tabla 176 Frecuencia de adquisición de productos textiles artesanales.



Gráfica 112 Frecuencia de adquisición de productos textiles artesanales.

De los negocios consultados en 12 ocasiones estos mencionaron abastecerse de los productos que comercializan con una frecuencia de cada semana, en 10 ocasiones mencionan abastecerse dos veces al mes, cada mes dicen abastecerse 6 negocios consultados, mientras que las opciones cada dos meses y cada seis

meses se registran una mención respectivamente como lapso de tiempo para abastecimiento de productos, mientras que las opciones cada trimestre y otro no obtuvieron respuesta

Con lo anterior se tiene que muchos de los negocios consultados poseen más de un lapso de tiempo en el cual se abastecen de los productos que comercializan esto según ellos depende de la comercialización que presente el producto, material con el cual está elaborado y el proveedor de dicho producto entre otros factores.

**14. ¿Qué cantidad de productos textiles artesanales compra por pedido?**

El resultado se presenta de la siguiente manera: **Cantidad de productos textiles artesanales que compra por mes para la venta**

A continuación, se muestra el total de productos que adquieren en un mes los 28 negocios encuestados.

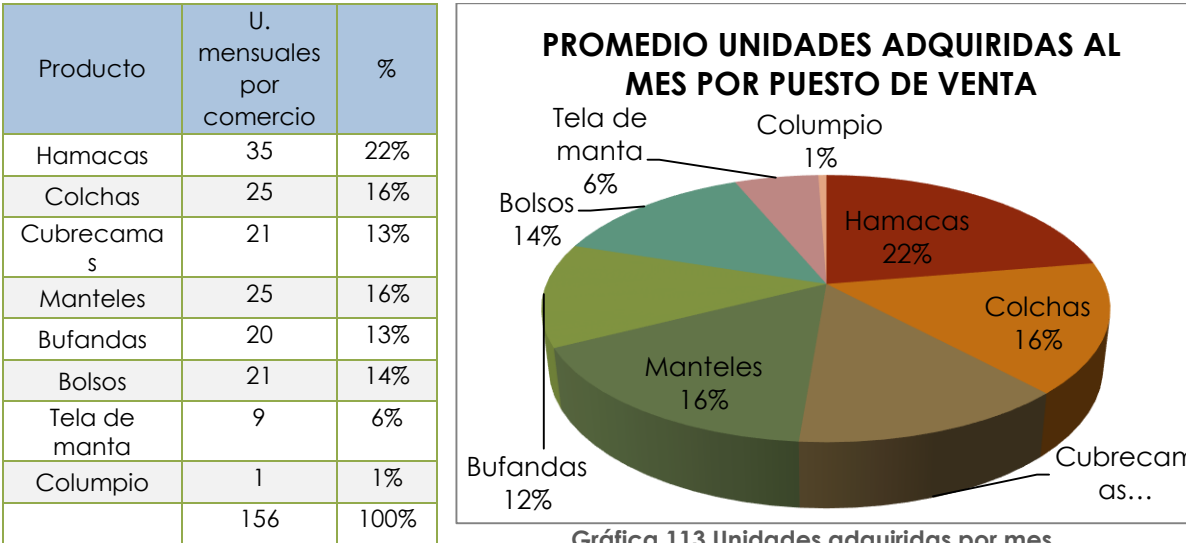


Tabla 177 Adquisición de textiles artesanales del mes

Gráfica 113 Unidades adquiridas por mes

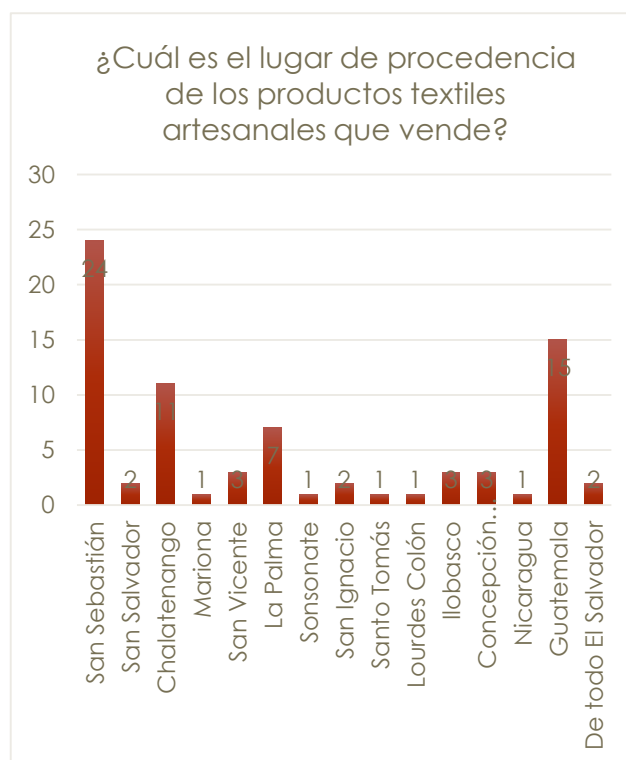
La cantidad promedio de producto que los comerciantes adquieren de productos textiles artesanales, varía dependiendo de la época, pero como un dato general, nos proporcionaron los datos graficados en este punto. Este resultado se obtuvo cruzando la pregunta no. 13 sobre cada cuanto realiza pedido, con la cantidad

de producto que compran por pedido, como se observa en el Anexo 7. Del resultado se saca una tabla con la cantidad promedio de producto que se adquiere mensualmente por puesto de venta.

La diferencia de los productos en relación a la cantidad promedio de productos adquiridos por comerciante, es algo estrecha, con un 22% las hamacas son los productos que se adquieren en mayor cantidad de unidades, seguido de manteles y colchas con 16%, bolsos 14%, cubrecamas y bufandas en un 13% cada uno.

### 15. ¿Cuál es el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que vende?

¿Cuál es el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que vende?	Frecuencia Total
San Sebastián	24
San Salvador	2
Chalatenango	11
Mariona	1
San Vicente	3
La Palma	7
Sonsonate	1
San Ignacio	2
Santo Tomás	1
Lourdes Colón	1
Ilobasco	3



Gráfica 114 Lugar de procedencia de los productos

Concepción Quezaltepeque	3
Nicaragua	1
Guatemala	15
De todo El Salvador	2

**Tabla 178 Procedencia de producto textil**

San Sebastián es el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que mayor número de respuestas obtuvo con un total de 24, un segundo lugar lo obtuvo los productos procedentes de Guatemala con 15 respuestas, Chalatenango obtuvo 11 respuestas como lugar de procedencia de los productos, La Palma obtuvo 7 respuestas, San Vicente, Concepción Quezaltepeque e Ilobasco obtuvieron 3 menciones respectivamente, San Salvador, San Ignacio y todo El Salvador fueron mencionados en 2 ocasiones, mientras que lugares como Mariona, Sonsonate, Santo Tomas, Lourdes Colón y Nicaragua fueron mencionados en una ocasión respectivamente.

La mayor procedencia del producto artesano textil es del Municipio de San Sebastián, el cual es característico por la fabricación de telas de forma artesanal a través de los telares de palanca, cabe mencionar que muchos de los productos también son provenientes de Guatemala y en una menor proporción de Chalatenango.

### **7.7.1 Matriz de resultados**

<b>Hipótesis Relacionadas</b>	<b>Preguntas</b>	<b>Resultado</b>
<b>Objetivo Específico: Identificar las características que posee el consumidor final de los productos textiles artesanales y los hábitos de compra que poseen.</b>		
<b>Los productos textiles artesanales elaborados en San Sebastián, son los</b>	¿Qué productos textiles artesanales vende en su negocio?	Las hamacas son los productos textiles artesanales que más se comercializa, presentan estas se ofrecen a la venta en 27 de 28 negocios consultados, en segundo y tercer lugar se encuentran manteles y los bolsos a la venta en 25 y 24 negocios, las colchas y cubrecamas disponibles en 22 y 19 negocios respectivamente, las



<b>tradicionales, como hamacas, manteles y colchas, principalmente.</b>		<p>bufandas son comercializadas en 18 negocios, la tela de manta en 11 negocios y otros productos como columpios y delantales en 2 negocios.</p> <p>Este resultado responde a la hipótesis, pero muestra que los productos tradicionales se encuentran a la venta en comercios de artesanías, por tanto, confirma la conveniencia de la elaboración de estos.</p>
	¿Cuál de los productos textiles artesanales es el que se vende más?	<p>Los productos textiles artesanales que más se venden son las hamacas (en 21 de los 28 negocios); seguidas por las colchas en 15; en tercer lugar, se encuentran los bolsos con 9 menciones, manteles presentan 8 menciones, cubrecamas 7 menciones, mientras que la tela de manta y bufandas presentan 5 menciones.</p> <p>Este resultado responde a la hipótesis, pero muestra que los productos tradicionales son los más vendidos, por tanto, confirma la conveniencia de la elaboración de estos.</p>
<b>La mayoría consumidores de productos textiles artesanales residen en el municipio de San Salvador</b>	Mayoritariamente ¿cuál es el género de sus clientes?	<p>Para la mayoría de los negocios consultados sus clientes son hombres y mujeres por igual (para 20 de 28), y para el resto son principalmente del género femenino con 8 menciones.</p> <p>Este resultado confirma la hipótesis, dado que los consumidores son hombres y mujeres por igual.</p>
	Mayoritariamente ¿cuál es la edad de sus clientes?	<p>27 negocios tienen mayoritariamente clientes que se encuentran en el rango de edades de 35 a 60 años, y en menor medida los menores de 35 y los mayores de 60 años, para 9 y 6 negocios respectivamente.</p> <p>Este resultado confirma la hipótesis, dado que los clientes son en mayor medida adultos.</p>
	¿Cuál es el lugar de procedencia de los clientes?	<p>Los clientes son del territorio nacional (todo el país) 17 menciones, turistas principalmente extranjeros (en 16 de 28 negocios), de San Salvador en 7 menciones, y en dos negocios se tienen clientes de otros departamentos como son Chalatenango y San Miguel con una mención respectivamente.</p>

		El resultado confirma la hipótesis de manera parcial, dado que el número de turistas que compra los productos en los centros de venta de artesanías más importantes de San Salvador, son turistas, pero entre los consumidores nacionales, son más los que residen en San Salvador.
<b>Los principales clientes de los talleres son mayoristas que adquieren el producto con el objetivo de realizar una posible comercialización.</b>	¿Con qué finalidad compra el cliente sus productos?	Para comercialización y souvenir o recuerdo 14 negocios respectivamente, como objeto útil en 9 negocios, mientras que, como artículo de regalo y elemento decorativo en 8 y 2 respectivamente.  La hipótesis no es cierta para el tipo de cliente que poseen los comercios en los mercados visitados, ya que la mayoría de sus clientes lo compra con otro propósito que no es venderlo.
<b>Los comerciantes de productos artesanales lo venden en mayor medida en tiendas o puestos de venta.</b>	¿En qué lugar o por qué medio se generan más ventas?	En la tienda o establecimiento propio es el lugar donde se generan más ventas, según 27 negocios, y muchos menos por pedidos que se entregan a domicilio con 4 menciones, vendedores ambulantes y otro (exportación) presentan 2 mencione cada caso.  Este resultado confirma la hipótesis, dado que los comerciantes venden sus productos al consumidor final, en su puesto de venta.
	¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar sus productos?	El medio utilizado para promocionar sus productos por parte de los negocios es por boca a boca, y contacto directo. Solo 1 negocio utiliza folletos y 1 visita ferias.  Este resultado aporta a la confirmación la hipótesis, puesto que la poca inversión en publicidad hace que la mayoría de sus clientes sean quienes conocen los mercados y se acercan.
<b>Los clientes perciben que la calidad de los</b>	¿Por qué compra el cliente sus	El principal motivo por el cual el cliente compra sus productos es principalmente por precio y por calidad,

<b>productos textiles artesanales es muy buena.</b>	productos? (calidad del producto)	según 19 y 18 negocios respectivamente y en un tercer lugar con 7 menciones por el diseño.  La hipótesis es confirmada con el resultado de esta pregunta, ya que los clientes destacan la calidad de los productos textiles artesanales.
<b>Los diferentes productos textiles artesanales presentan una marcada estacionalidad en sus ventas en el transcurso del año.</b>	¿En qué época se venden más sus productos?	Las hamacas se venden más en el 2do trimestre del año, las colchas presentan un alza de ventas en el 4to trimestre del año, aunque 11 negocios indican que se venden por igual durante todo el año, los demás productos se venden prácticamente durante todo el año.  Este resultado confirma parcialmente la hipótesis, ya que no todos los productos presentan una marcada estacionalidad en sus ventas.
	¿A qué precio vende los productos textiles artesanales?	El producto que posee el mayor precio promedio de venta, es la hamaca, seguido de los manteles, que tiene una mayor variación del precio, debido a la diversidad de tamaños de los manteles que se comercializan.  Este resultado no confirma alguna hipótesis, pero aporta información sobre la comercialización de los productos textiles artesanales.
<b>Objetivo Específico: Identificar los medios por los cuales la competencia comercializa sus productos y el segmento de mercado al que van destinados.</b>		
<b>La frecuencia de compra de los productos textiles artesanales como hamacas, manteles, individuales y colchas es de una vez al año.</b>	¿Con qué frecuencia adquiere sus productos textiles artesanales?	12 de los 28 negocios encuestados se abastecen cada semana, 10 lo hacen dos veces al mes, y 6 se abastecen cada mes.  Este resultado no confirma alguna hipótesis, pero muestra que los periodos de abastecimiento de los productos textiles artesanales, es variable para cada producto.
<b>Los productos textiles</b>	¿Qué cantidad de productos	Con un 22% las hamacas son los productos que se adquieren en mayor cantidad de unidades, seguido

<b>artesanales elaborados en San Sebastián, son los tradicionales, como hamacas, manteles y colchas, principalmente.</b>	textiles artesanales compra por pedido?	de colchas y manteles con un 16% respectivamente, bolsos en un 14% mientras que cubrecamas y bufandas con un 13% cada uno.  Este resultado se puede asociar con la conveniencia de producir los productos más tradicionales, dado que presenta mayor demanda.
<b>Los clientes de los productores de San Sebastián son en su mayoría de San Salvador, hombres y mujeres por igual, y adultos.</b>	¿Cuál es el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que vende?	San Sebastián es el principal lugar de procedencia de los productos, para 24 negocios, seguido de Guatemala, para 15 negocios, y Chalatenango para 11.  Este resultado confirma la hipótesis, dado que San Salvador es el destino de más importante de los productos textiles artesanales de San Sebastián.
<b>La principal forma de comercializar los productos en el subsector textil artesanal es en su local, por medio del trato directo con sus clientes.</b>	¿Por qué medio se abastece de productos textiles artesanales?	Principalmente por medio del fabricante a domicilio y por intermediarios a domicilio en segundo lugar, según 22 y 9 negocios, respectivamente.  Este resultado confirma la hipótesis, puesto que la mayoría de comerciantes de los centros visitados, tratan con el fabricante que les visita.  Este resultado contradice la hipótesis, ya que es mayor el número de comerciantes que trata con fabricantes que les visita, no obstante, no todos los proveedores de los comerciantes son de San Sebastián, pero sí lo son en buena parte.

Tabla 179 Matriz de resultados de Encuesta a Comerciantes

## 8 DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL

### 8.1 Análisis De Involucrados

Interesados o Actores/Intereses o Motivaciones	Problemas	Recursos	Rol o Posición en el Proyecto de los actores.
<b>Alcaldía Municipal de San Sebastián.</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Desarrollo económico y social del municipio de San Sebastián.</b>	Escasez de personas capacitadas en las técnicas del oficio de artesano textil.	Financiamiento económico, instalaciones, maquinaria, equipo, mobiliario e instrumentos para la capacitación de nuevos artesanos.	A favor. Facilitar y dar seguimiento al proyecto, destinando recursos.
	Descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo.	Instalaciones, personal, mobiliario y equipo, facilidad para gestionar recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Servir de nexo entre las distintas instituciones cooperantes de la Escuela Taller y la población de San Sebastián que se vea beneficiaria.

	Inefectivas estrategias de apoyo al subsector textil artesanal	Financiero, humano, instalaciones, equipo maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Proporcionar apoyo logístico, recursos financieros, humano, equipo, mobiliario entre otros. Gestionar ayuda en instituciones públicas y privadas.
	Bajo nivel de fomento del oficio artesanal textil	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Realizar actividades destinadas a fomentar el aprendizaje y dedicación por parte de los pobladores del municipio en el oficio artesanal textil.
	Desaparición paulatina de patrimonio cultural de San Sebastián	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Diseñar e implementar actividades enfocadas a la conservación del oficio artesanal textil.
	Desaparición paulatina de la actividad productiva artesanal	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Diseñar e implementar estrategias enfocadas en evitar la desaparición de la actividad económica textil artesanal en conjunto con la población del municipio de San Sebastián, instituciones públicas y privadas.

Bajo nivel de involucramiento de las mujeres en el sector	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Incentivar al género femenino del municipio a tener una mayor participación en la actividad textil artesanal.
Desinterés por dedicarse al oficio	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Diseñar e implementar actividades enfocadas a incentivar a la población del municipio de San Sebastián en interesarse por aprender y dedicarse al oficio de artesano textil.
Alto porcentaje de personas mayores de 60 años dedicadas al oficio (38%).	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Implementar estrategias que despierten el interés de los jóvenes del municipio por aprender y dedicarse al oficio de artesano textil.
Bajo nivel de rentabilidad	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Brindar conocimientos mediante capacitaciones sobre selección y adquisición de materia prima, elaboración de nuevos productos y comercialización.

	Migración	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Generar condiciones de seguridad e inversión tanto pública como privada que permitan a los habitantes de San Sebastián obtener un nivel de vida adecuado sin la necesidad de abandonar el municipio.
	Porcentaje significativo de artesanos que desconocen algunos pasos del proceso productivo de los textiles artesanales (51.46%).	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Implementar talleres de capacitación para reforzar y enseñar conocimientos que permitan desarrollar el oficio de artesano textil en su totalidad.
	Pocos jóvenes involucrados en el sub-sector artesanal	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	A favor. Implementar estrategias que despierten el interés de los jóvenes del municipio por aprender y dedicarse al oficio de artesano textil.
	Desempleo	Financiero, humano, instalaciones, equipo,	A favor. Fomentar las condiciones necesarias en el municipio para atraer inversión pública y privada



		maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos.	que permitan la generación de fuentes de empleo.
	Inseguridad	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y facilidad para la realización de alianzas con otras instituciones públicas.	A favor. Desarrollar planes de prevención y erradicación de la actividad delictiva del municipio en conjunto con la sociedad civil, policía nacional civil (PNC) así como también con instituciones privadas.
	Decrecimiento en la actividad productiva y comercial del municipio	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y facilidad para la realización de alianzas con otras instituciones públicas.	A favor. Fomentar el crecimiento de la actividad artesanal textil mediante el involucramiento de distintos sectores del municipio, así como de instituciones públicas y privadas.
<b>Artesanos y talleres textiles</b>	Poco conocimiento sobre la correcta materia prima a utilizar	Disposición a capacitarse y tecnificarse.	A favor. Buscar información sobre la adecuada materia prima e insumos a utilizar.

<b>artesanales de San Sebastián.</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Crecimiento de la actividad económica en la cual se desenvuelven.</b>	Bajo nivel de fomento del oficio artesanal textil	Conocimiento sobre las carencias del sector artesanal. Instituciones públicas y privadas dispuestas a ayudar.	A favor. Coordinar con los distintos autores involucrados en el rescate del oficio artesanal textil sobre las distintas actividades a realizar para lograr dicho objetivo.
	Un porcentaje importante de personas mayores de 60 años dedicadas al oficio (38%).	Experiencia, conocimiento, instalaciones, maquinaria, equipo, mobiliario.	A favor. Dispuestos a capacitar jóvenes para realizar un cambio generacional de artesanos textiles.
	Bajo nivel de involucramiento de las mujeres en el sector	Conocimiento, experiencia.	A favor. Aportar conocimientos y facilitar el aprendizaje del oficio al género femenino del municipio.
	Escasos recursos para invertir en capacitación	Instalaciones, maquinaria, equipo, mobiliario, instituciones de apoyo.	A favor. Aprovechar las capacitaciones brindadas por las distintas instituciones de apoyo.
	Porcentaje significativo de artesanos que desconocen algunos pasos del proceso (51.46%)	Disponibilidad a capacitarse, conocimiento básico.	A favor. Someterse a las capacitaciones para reforzar y adquirir nuevos conocimientos.

	Desaparición paulatina de la actividad productiva artesanal	Experiencia, conocimiento, instalaciones, maquinaria, equipo, mobiliario.	A favor. Brindar todos sus conocimientos sobre el oficio de artesano textil.
	Escasa capacitación para los artesanos	Instalaciones, maquinaria, equipo, mobiliario.	A favor. Dar el espacio para que se impartan capacitaciones a los artesanos.
	Pocas estrategias de comercialización por parte de los artesanos	Disponibilidad para capacitarse.	A favor. Participar de las capacitaciones que pudiera brindar cualquier institución de apoyo.
	Pocos jóvenes involucrados en el sub-sector artesanal	Conocimiento, instalaciones, maquinaria, equipo, mobiliario.	A favor. Fomentar el interés de los jóvenes del municipio por aprender y dedicarse al oficio.
	Porcentaje significativo de equipo inutilizado (25% en telares específicamente).	Experiencia y conocimiento sobre el oficio.	A favor. Fomentar la formación de nuevos artesanos.
	Insostenibilidad de los talleres	Experiencia, conocimiento.	A favor. Presentar estrategias que permitan junto con las instituciones de apoyo lograr una sostenibilidad y

			crecimiento de los talleres existentes y nuevos a surgir.
	Limitado acceso a fuentes de financiamiento	Experiencia, conocimiento.	En contra. Realizar alianzas estratégicas con otros talleres del municipio para facilitar el acceso a créditos.
	Deficiente acceso al mercado abastecedor	Experiencia, conocimiento.	En contra. Realizar alianzas estratégicas con otros talleres del municipio para facilitar el acceso a diferentes proveedores de materia prima.
	Desinterés por dedicarse al oficio	Instalaciones, equipo, mobiliario, conocimiento.	A favor. Implementar estrategias para fomentar el interés en el aprendizaje y dedicación como artesano.
	Bajo nivel de rentabilidad	Experiencia y conocimiento.	A favor. Desarrollar estrategias de producción y comercialización que permitan obtener rentabilidad con el desarrollo del oficio.

	Insumo y materias primas caras	Instituciones de apoyo, distintos proveedores.	En contra. Realizar alianzas estratégicas con otros talleres del municipio para facilitar la adquisición de materia prima a diferentes proveedores con precios accesibles.
	Adquisición de materia prima de segunda	Amplia gama de opciones para la adquisición de materia prima.	A favor. Informarse sobre las distintas posibilidades existentes para adquirir la materia prima adecuada y a precios accesibles.
	Baja calidad de los productos	Conocimiento y experiencia.	A favor. Elaborar productos textiles artesanales con materia prima de calidad y establecer un control sobre la calidad de los productos elaborados.
<b>Jóvenes de San Sebastián. Intereses o Motivaciones:</b>	Poca disponibilidad de tiempo por parte de los jóvenes para aprender o mejorar sus habilidades en el oficio.	Horarios y modalidad de aprendizaje flexible.	A favor. Involucrarse en las distintas actividades realizadas para implementar la Escuela Taller.

<b>Fuentes de empleo estables.</b>	Condiciones inadecuadas de trabajo	Instituciones interesadas en ayudar.	A favor. Informarse y participar de las actividades concernientes a la implementación de la Escuela Taller para mejorar las condiciones laborales de los artesanos.
	Alto esfuerzo físico en el oficio artesano textil		
	Escasos recursos para invertir en capacitación	Instituciones públicas y privadas interesadas en apoyar al sub-sector textil artesanal.	A favor. Informarse y participar de las actividades concernientes a la implementación de la Escuela Taller.
	Bajo nivel de involucramiento de las mujeres en el sector	Recurso humano: porcentaje significativo de mujeres interesadas en aprender el oficio.	A favor.
	Desempleo	Recurso humano interesados en obtener un empleo formal.	A Favor.
	Migración	Facilidad de aprendizaje, capacidades y destreza física.	A favor. Desarrollar actividades productivas en aras de obtener condiciones adecuadas para un desarrollo sostenible del municipio.

	Desaparición paulatina de patrimonio cultural de San Sebastián	Población joven de San Sebastián.	A favor. Amplio sector de la población del municipio de San Sebastián interesados en aprender el oficio de artesano textil.
<b>Proveedores de M.P e insumos de la industria textil artesanal.</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Oportunidades de negocios.</b>	Adquisición de materia prima de segunda	Materia prima con altos estándares de calidad, precios accesibles.	A favor. Proporcionar materia prima e insumos de calidad a precios accesibles.
	Bajo rendimiento productivo	Diversidad de materia prima e insumos.	A favor. Dar a conocer a los productores de textiles artesanales las distintas alternativas que poseen en cuanto a materia prima e insumos que faciliten una mayor productividad.
	Decrecimiento en la actividad productiva y comercial del municipio	Acceso a materia prima e insumos de calidad y a precios accesibles.	A favor.
	Deficiente acceso al mercado abastecedor	Conocimiento sobre los distintos productores y comercializadores de hilo.	A favor. Proporcionar las distintas opciones de materia prima e insumos disponibles en el mercado para la producción de los textiles artesanales.

<b>Comerciantes de productos textiles artesanales</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Incrementar sus ventas.</b>	Baja calidad de los productos	Conocimiento sobre estándares de calidad exigidos por los clientes finales.	A favor. Informar a los productores sobre los estándares de calidad que esperan recibir los clientes de los productos textiles artesanales.
	Insatisfacción de la demanda	Conocimiento sobre las cantidades de productos demandadas	A favor. Proporcionar datos sobre la demanda de los distintos productos artesanales y su época de mayor demanda.
<b>Consumidores de Productos Textiles elaborados de forma artesanal.</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Satisfacción de una necesidad.</b>	Insatisfacción de la demanda	Recurso económico (poder adquisitivo).	A favor.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Ministerio de Economía con la Dirección de</b></li> </ul>	Pocas estrategias de comercialización por parte de los artesanos	Personal capacitado, recursos económicos, instalaciones, mobiliario y equipo.	A favor. Implementar programas de capacitación a los artesanos y dueños de talleres donde se les brinde conocimientos sobre



<b>Fomento Productivo Intereses o Motivaciones:</b> <b>Desarrollo de artesanos y economía en general de la región.</b> <b>• Conamype Intereses o Motivaciones:</b> <b>Desarrollo de la micro y pequeña empresa del sector textil en el municipio de San Sebastián, San Vicente.</b>			comercialización de productos textiles artesanales.
	Escasos conocimientos sobre costeo de productos	Financiero, humano, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Planeación de capacitaciones sobre costos de producción y comercialización.
	Bajo rendimiento productivo	Recursos: humano, económico, instalaciones, mobiliario, equipo y facilidad para establecimiento de alianzas.	A favor. Apoyo logístico para la gestión de recursos con otras instituciones involucradas.
	Descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo	Facilidad gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Planificar para lograr una correcta coordinación entre los distintos autores involucrados en el proyecto de la Escuela Taller.
	Inefectivas estrategias de apoyo al subsector textil artesanal	Facilidad de gestión para cooperación local como internacional.	A favor. Diseñar planes de apoyo con los distintos autores involucrados en la actividad textil.
	Insostenibilidad de los talleres	Financiero, humano, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad	A favor. Establecer alianzas con instituciones que brinden conocimiento y recursos necesarios

<ul style="list-style-type: none"> <li> <b>Micro región del Valle del Jiboa (MIJIBOA)</b>  <b>Intereses o Motivaciones:</b>  <b>Desarrollo de la Micro región del Valle del Jiboa.</b> </li> </ul>		para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	a los talleres que posibiliten alcanzar la auto-sostenibilidad en el tiempo.
	Decrecimiento en la actividad productiva y comercial del municipio	Financiero, humano, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Fomentar el crecimiento de la actividad textil artesanal incentivando a jóvenes para aprender y dedicarse al oficio.
	Desempleo	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Fomentar inversión pública y privada que permitan la generación de fuentes de empleo en el municipio de San Sebastián.
	Bajo nivel de involucramiento de las mujeres en el sector	Financiero, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y establecimiento de alianzas.	A favor. Incentivar al género femenino del municipio a tener una mayor participación en la actividad textil artesanal demostrando que dicha actividad no es solo para personas del género masculino.
	Bajo nivel de rentabilidad	Recursos: humano, económico, instalaciones, mobiliario y equipo y facilidad para establecimiento de alianzas.	A favor. Brindar conocimientos mediante capacitaciones sobre selección y adquisición de materia prima, elaboración de nuevos

			productos y comercialización con el fin de proporcionar herramientas que permitan mejorar la rentabilidad de los talleres artesanales.
<b>Entidades Cooperantes</b>	Descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo	Recursos: humano, económico, instalaciones, mobiliario y equipo y facilidad para establecimiento de alianzas.	A favor. Planificar y ejecutar actividades para lograr una correcta coordinación entre los distintos autores involucrados en el proyecto de la Escuela Taller.
	Limitado acceso a fuentes de financiamiento	Recursos: humano, económico, instalaciones, mobiliario y equipo y facilidad para establecimiento de alianzas.	A favor. Proporcionar instrumentos que faciliten a los artesanos textiles de San Sebastián beneficiarse con créditos tanto de instituciones gubernamentales como privadas.
	Inefectivas estrategias de apoyo al subsector textil artesanal	Capacidad para brindar apoyo logístico, recurso económico, colaboradores capacitados en la conservación y desarrollo del patrimonio cultural,	A favor. Diseñar, implementar y dar seguimiento a programas de apoyo hacia el sector textil artesanal.

		instalaciones, mobiliario y equipo.	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Misterio de Cultura.</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Rescate del patrimonio cultural.</b></li> <li>• <b>Ministerio de Turismo.</b> <b>Intereses o Motivaciones:</b> <b>Desarrollo de turismo</b> <b>Etnográfico.</b></li> </ul>	Descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo	Instalaciones, recurso humano.	A favor, planificar y ejecutar actividades enfocadas en la preservación de la actividad textil artesanal en el municipio de San Sebastián en coordinación con pobladores del lugar e instituciones tanto públicas como privadas involucradas.
	Bajo nivel de fomento del oficio artesanal textil	Capacidad para brindar apoyo logístico instalaciones, recurso humano, facilidad para establecer alianzas con instituciones públicas como privadas.	A favor. Apoyo logístico en el desarrollo de actividades enfocadas al rescate del patrimonio cultural del municipio.
	Pocos jóvenes involucrados en el sub-sector artesanal	Capacidad para brindar apoyo logístico instalaciones, recurso humano.	A favor. Implementar estrategias que despierten el interés de los jóvenes del municipio por aprender

			y dedicarse al oficio de artesano textil.
	Desinterés por dedicarse al oficio	Capacidad para brindar apoyo logístico instalaciones, recurso humano, facilidad para establecer alianzas con instituciones públicas como privadas.	A favor. Facilitar recursos para el desarrollo de actividades que despierten el interés de los pobladores de San Sebastián en aprender el oficio de artesano textil.
	Desaparición paulatina de patrimonio cultural de San Sebastián	Apoyo logístico, humano, instalaciones, equipo, maquinaria, mobiliario, facilidad para gestión de recursos y facilidad para establecer alianzas con instituciones públicas como privadas.	A favor, Interesado en el rescate y desarrollo de la identidad cultural del municipio de San Sebastián.
	Porcentaje significativo de personas mayores de 60 años dedicadas al oficio (38%).	Capacidad para brindar apoyo logístico instalaciones, recurso humano, facilidad para establecer alianzas con	A favor. Implementar estrategias que despierten el interés de los jóvenes del municipio por aprender y dedicarse al oficio de artesano textil.

		instituciones públicas como privadas.	
	Desaparición paulatina de la actividad productiva artesanal	Capacidad para brindar apoyo logístico instalaciones, recurso humano.	A favor. Facilitar gestión de recursos que ayuden a la conservación y desarrollo del subsector textil artesanal importante rama de la actividad productiva del municipio.

Tabla 180 Matriz de involucrados.

## 8.2 Árbol de problemas

### 8.2.1 Análisis De Las Causas del Problema Focal

Causas	Nivel	Descripción
<b>Escasos recursos para invertir en capacitación</b>	1.1	El escaso recurso, dificulta a los talleres poder capacitar a los jóvenes puesto que para los talleres esto significa un gasto, ya que en el proceso de aprendizaje los productos elaborados por el aprendiz son de baja calidad y se debe invertir tiempo en el aprendizaje del joven, generando un costo de oportunidad.
<b>Bajo nivel de rentabilidad</b>	2.1	El escaso recurso para invertir en capacitación es debido al bajo nivel de rentabilidad de los talleres, lo cual es generado por muchos factores.
<b>Ventas de productos a precios inadecuados</b>	3.1	Entre los factores de la baja rentabilidad se encuentra la venta de productos a precios inadecuados, puesto que debido a la baja producción de los talleres se adquieren materias primas a precios más altos, ocasionando que los artesanos vendan sus productos a precios en la que las utilidades son menores con el fin de ser competitivos con otros productos similares, otro de los factores de la baja rentabilidad son las estrategias de comercialización que son utilizadas por los talleres.



<b>Poca diversidad de productos artesanales ofertados</b>	4.1	Otra de las causas del escaso recurso para invertir en capacitación es la poca diversificación de productos artesanales ofertados, puesto que en la mayoría de talleres se elaboran más hamacas con un porcentaje del 47% en elaboración de hamacas de 4 varas y un 23% en hamacas de 3 varas, seguido por manteles y un bajo porcentaje en elaboración de colchas y tela de manta obligando a los comerciantes a adquirir productos para vender procedentes de Guatemala.
<b>Pocas estrategias de comercialización por parte de los artesanos</b>	5.1	Las pocas estrategias de comercialización empleadas por los artesanos, generan a los talleres utilidades bajas, lo cual propicia la baja rentabilidad en la ellos.
<b>Baja calidad de los productos</b>	3.2	Otro de las causas de la baja rentabilidad de los productos es la baja calidad de los productos, puesto que para poder obtener materia prima a más bajo costos muchas veces los comerciantes adquieren materia prima de segunda.
<b>Adquisición de materia prima de segunda</b>	4.2	La adquisición de materias primas de segunda ocasiona que muchos de los productos sean de baja calidad.
<b>Insumo y materias primas caras</b>	4.3	Los insumos y materias primas caras causan que los artesanos adquieran materias primas de segunda, para poder obtener utilidades.

<b>Poco conocimiento sobre la correcta materia prima a utilizar</b>	5.2	La adquisición de materia prima de segunda y los insumos y materia prima cara son ocasionados por el poco conocimiento sobre la correcta materia prima a utilizar, puesto que se utilizan hilos que por su título hacen más costoso la elaboración del producto.
<b>Escasos conocimientos sobre costeo de productos</b>	5.3	Otras de las causas de la baja rentabilidad son los escasos conocimientos sobre costeo de productos, puesto que muchos de los artesanos no toman en cuenta muchos recursos que utilizan en el proceso.
<b>Porcentaje significativo de artesanos que desconocen algunos pasos del proceso (51.46%)</b>	1.2	El 51% de los artesanos no saben el oficio completo, este es un porcentaje significativo, lo cual propicia más a la escasez de artesanos en algunas actividades., solo un 8% de los artesanos se dedican a urdir y muchos de ellos realizan este trabajo en más de un taller debido a la falta de artesanos capacitados en esta operación.
<b>Escasa capacitación para los artesanos</b>	6.1	La escasa capacitación para los artesanos genera pocos conocimientos sobre la correcta materia prima a utilizar, y escasos conocimientos sobre costeo de productos lo cual termina ocasionando un bajo nivel de rentabilidad en los talleres y un porcentaje significativo de artesanos que

		desconocen algunos pasos del proceso, el 51% de los artesanos no saben el oficio completo.
<b>Bajo nivel de involucramiento de las mujeres en el sector</b>	1.3	Solamente un 18% de los artesanos existentes trabajan en el oficio artesano textil y de este porcentaje equivalente a 19 mujeres trabajando en este sub-sector, 18 de ellas son canilleras y solamente 1 sabe tejer. Lo cual evidencia que la baja participación de las mujeres en el oficio.
<b>Alto esfuerzo físico en el oficio artesano textil</b>	2.2	Unas de las razones del bajo nivel de involucramiento de las mujeres del sector es el alto esfuerzo físico en el oficio artesano textil, puesto como se mencionó anteriormente solamente el 18% del total de los artesanos son mujeres de ellas la mayoría se dedica a canilleras equivalente a un 95%, realizar canillas y cañones es un trabajo que requiere menos esfuerzo físico.
<b>Pocos jóvenes involucrados en el sub-sector artesanal</b>	1.4	Las condiciones inadecuadas de trabajo, provoca que pocos jóvenes se involucren en el sub –sector artesanal, puesto que para obtener una buena paga y cumplir con la producción los artesanos deben trabajar en promedio 9.4 horas de trabajo diario, además del esfuerzo físico que se debe realizar, el poco involucramiento de los jóvenes en el

		sector es también generada por el desinterés de los jóvenes en dedicarse al oficio.
<b>Condiciones inadecuadas de trabajo</b>	3.3	Los artesanos deben trabajar en promedio 9.4 horas, además que para la realización de este oficio se debe realizar un esfuerzo físico
<b>Desinterés por dedicarse al oficio</b>	2.3	El bajo nivel de fomento del oficio artesanal textil, inefectivas estrategias de apoyo a sub-sector textil artesanal y la descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo, ha generado aun desinterés de los jóvenes en dedicarse al oficio
<b>Bajo nivel de fomento del oficio artesanal textil</b>	3.4	El bajo fomento del oficio por parte de instituciones de apoyo y la población, genera que los jóvenes tengan poco interés en dedicarse al oficio.
<b>Inefectivas estrategias de apoyo al subsector textil artesanal</b>	4.4	Las estrategias utilizadas para mejorar el sub-sector, han sido inefectiva, uno de estas es la formación de una cooperativa de artesanos, la cual actualmente no funciona, una de las causas es la descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo.
<b>Descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo</b>	5.4	La descoordinación entre las diferentes instituciones de apoyo ha generado que los proyectos en apoyo al sub-

		sector no se den con éxito y ha creado desconfianza entre los artesanos.
--	--	--

Tabla 181 Análisis de las causas del problema focal

### 8.2.2 Análisis De Los Efectos Del Problema Focal

Efectos	Nivel	Descripción
<b>Capacidad limitada en determinadas operaciones</b>	1.1	Algunas operaciones de la elaboración de los productos artesanales textiles tienen mayor deficiencia de mano de obra que otras, por ejemplo, la actividad de urdir, la mitad de los talleres visitados no posee una persona que se dedique de manera fija a esta actividad. También hace falta personal que opere los telares.
<b>Porcentaje significativo de equipo inutilizado (25% en telares)</b>	3.1	En los talleres de San Sebastián el porcentaje de equipo inactivo es significativo, específicamente en el caso de los telares, el 25% se encuentra inactivo, esto además del hecho que algunos telares son ocupados de manera intermitente, permaneciendo inutilizados mientras está en uso otro.
<b>Jornada de trabajo extensa para cumplir con la producción</b>	2.1	Ante la escasez de mano de obra, para cumplir con la producción requerida, los artesanos tienen que trabajar largas jornadas diarias, en promedio un artesano trabaja 9.4 horas al día. Inclusive, laboran los fines de semana, sin contar con las prestaciones de ley.
<b>Un porcentaje importante de personas mayores de 60 años dedicadas al oficio (38%).</b>	1.2	Los talleres de telares de San Sebastián enfrentan el envejecimiento relativo de sus artesanos, el 38% de las personas que se dedican a al oficio de artesano textil, tiene 60 años o más.

<b>Alto grado de fatiga en los artesanos</b>	3.2	El oficio textil artesanal por sus características, requiere mucho esfuerzo físico, además de incluir tareas repetitivas, que representa un alto grado de monotonía y riesgo de fatiga. Esto además de contar con artesanos envejecidos, que enfrentan el deterioro de una serie de funciones físicas. Esta característica del trabajo provoca que muchos jóvenes no tengan interés en el oficio.
<b>Desaprovechamiento de la capacidad productiva que poseen los talleres de telares existentes en el municipio de San Sebastián</b>	4.2	La mayoría de los talleres de telares no operan a su máxima capacidad, por diversos factores, entre ellos la inactividad de una parte de los telares con que cuentan, un 25% de los telares no son utilizados, la falta de artesanos capacitados para realizar las diferentes operaciones en la elaboración de los productos, que a su vez restringe la inversión en más equipo para aumentar la capacidad de los talleres.
<b>Bajo rendimiento productivo</b>	5.2	La deficiencia en los factores de la producción, un bajo rendimiento productivo, debido a la inutilización de telares, genera un decrecimiento progresivo del beneficio económico de los talleres.
<b>Deficiente acceso al mercado abastecedor</b>	6.2	Cuando por el decrecimiento de la producción, decrece la cantidad de materia prima que se necesita, resulta más difícil aplicar a descuentos, mejores condiciones de pago o incluso, materia prima de mejor calidad.
<b>Limitado acceso a fuentes de financiamiento</b>	6.3	El bajo rendimiento de un sector puede a reducir el acceso a fuentes de financiamiento, la poca producción de los talleres de San Sebastián provoca que los artesanos no sean sujetos a créditos, puesto que no cuentan con ingresos demostrables. Las instituciones de financiamiento prestan ayuda a negocios que se encuentran en expansión o crecimiento, dado que se espera que la inversión sea rentable.

<b>Insostenibilidad de los talleres</b>	7.2	<p>Resulta difícil sostener un negocio, si además de las dificultades internas que limitan su desempeño, las condiciones externas se deterioran.</p> <p>El deficiente acceso al mercado abastecedor y el limitado acceso a las fuentes de financiamiento generan una insostenibilidad en los talleres, puesto que esto genera costos altos en la materia prima y por ende productos más caros que no son competitivos en el mercado.</p>
<b>Desaparición paulatina de la actividad productiva artesanal</b>	8.2	Las dificultades del subsector artesanal textil pueden generar progresivamente, la desaparición de dicha actividad productiva.
<b>Desaparición paulatina del patrimonio cultural de San Sebastián</b>	9.1	Con la desaparición de la actividad productiva artesanal textil también se perdería el patrimonio cultural de San Sebastián, que ha sido parte de la identidad y del atractivo del municipio.
<b>Insatisfacción de la demanda</b>	4.1	Se da cuando la demanda excede la oferta de productos textiles artesanales. En circunstancias de deterioro de los factores de producción, progresivamente se va perdiendo la capacidad para cubrir la demanda de los productos. Muchos de los comerciantes mencionaron que algunos productos son escasos, como lo son las colchas y tela de manta, en su mayoría se fabrican hamacas y manteles.
<b>Decrecimiento de la actividad productiva y comercial del municipio</b>	5.1	La actividad económica artesanal es de gran importancia para San Sebastián, por los ingresos que genera para muchas familias del municipio, quienes inciden en otros negocios. Si la demanda esta insatisfecha, genera un decrecimiento en la actividad productiva y comercial del municipio, puesto que los consumidores buscan productos sustitutos o similares que suplan con la necesidad.

<b>Desempleo</b>	6.1	<p>El declive del subsector artesanal textil se traduce en pérdida de una fuente de empleo en el municipio. El oficio artesano textil es una actividad que genera empleo de forma directa e indirectamente.</p> <p>El desempleo conlleva una disminución de los ingresos, y por tanto, produce cambios en el estilo de vida.</p>
<b>Inseguridad</b>	7.1	<p>El desempleo genera inseguridad en la población, provocando problemas sociales, como inseguridad.</p> <p>Es evidente que el aumento del desempleo provoca una disminución de los ingresos de las familias, por lo que éstas tienen que reducir su nivel de vida. Las consecuencias de este hecho no son sólo económicas, sino también sociales, y se agravan por el hecho de que el paro suele afectar con mayor intensidad a los sectores más débiles de la sociedad.</p>
<b>Migración</b>	8.1	<p>La migración es un fenómeno común en nuestro país, generado principalmente por el desempleo y la inseguridad.</p>

**Tabla 182** Analisis de los efectos del problema focal.



### 8.3 Árbol de Objetivos

## **8.4 Estrategias**

### **Creación de plan de capacitación.**

Plantea los contenidos, temas a abordar, actividades y tareas que sean necesarias a desarrollar para la formación de artesanos textiles capacitados y tecnificados.

Establecer un programa de capacitación en aspectos teóricos y prácticos, haciendo especial énfasis en el segundo, debido a las características del oficio. Incluyendo dentro del programa la capacitación en la selección de la materia prima, tipo de hilo que se debe utilizar, características y otros aspectos relacionados. También debe incluir el programa, instrucciones sobre la determinación del precio de venta, mediante la realización del correcto costeo de los productos elaborados.

### **Creación del plan de desarrollo de mercados.**

Desarrollo de mercados, estrategia centrada en la publicidad y comercialización de los productos textiles artesanales con el fin de alcanzar el mercado consumidor que se posee actualmente y a la vez llegar a nuevos segmentos de mercado.

### **Creación de sistema de comercialización**

El proyecto de la Escuela Taller de Telares de San Sebastián, debe contar con un sistema de comercialización propio que facilite al acceso al mercado nacional de las artesanías textiles. Seleccionando adecuadamente el o los canales correspondientes, que optimicen los recursos disponibles para la venta y promoción de los productos elaborados por los jóvenes de la escuela taller. A fin de generar una fuente de ingresos para el progresivo auto sostenimiento de la escuela taller.

### **Establecer políticas de ventas**

Para garantizar la venta de productos elaborados por los alumnos de la escuela taller, se debe realizar el diseñar de políticas de ventas, atendiendo criterios de calidad, realizando una selección de los mejores productos elaborados por los

jóvenes aprendices, y así, no entregar productos defectuosos. También considerando el precio adecuado y competitivo dentro del mercado local.

### **Creación del plan de diversificación de productos ofertados**

Diversificar la gama de productos textiles artesanales ofertados tanto con nuevos productos, así como con productos que se producían en el pasado pero que han dejado de producirse en la actualidad.

### **Creación del plan de auto-sostenibilidad y administración de recursos.**

Plantea las actividades necesarias para que la Escuela Taller sea una institución auto-sostenible así como también las actividades con las cuales se dé una correcta administración de los recursos económicos, humanos, instalaciones, maquinaria, mobiliario y equipo permitiendo así su perpetuidad en el tiempo.

### **Creación del plan de selección e inscripción para la formación de artesanos textiles.**

Presenta la realización de actividades necesarias para informar, seleccionar, inscribir, llevar el control del proceso de formación y graduación o cierre de las personas interesadas en formarse como artesanos textiles tecnificados y capacitados.

### **Creación del sistema de abastecimiento**

Establecer un sistema de abastecimiento de hilo, que permita obtener materias primas a menor precio y con las especificaciones técnicas adecuadas para la elaboración de productos textil artesanal con la calidad requerida.

Crear un sistema de inventario de materia prima y producto terminado que permita suplir con la demanda.

- Crear sistemas de mejora en el proceso, que garantice minimizar los costos y aumentar la calidad de los productos.
- Establecer sistemas de calidad que permita la mejora de la escuela taller, así como el control del desempeño de los procesos.

## 9 DEFINICIÓN DE LA PROBLEMÁTICA



Ilustración 16 Esquema de la Caja Negra

**Variables de entrada: Escasez de personas capacitadas en el oficio artesano textil**

Variables de entradas	Limitaciones de entrada
Población	Jóvenes con edad entre 16 y 35 años
Lugar de Residencia	Municipio de San Sebastián
Genero	Masculino o Femenino
Nivel de escolaridad	Saber leer y escribir
Ocupación	Indiferente
Nivel de conocimiento acerca del oficio	Jóvenes con conocimientos parciales o sin conocimientos del oficio artesano textil
Disponibilidad de tiempo	tiempo en turno matutino, vespertino o fines de semana

Tabla 183 Variables de entrada

**Variables de salida: Personas capacitadas en el oficio artesano textil**

Variables de salida	Limitaciones de salida
<ul style="list-style-type: none"> <li>Grado de conocimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conocimiento mayor o igual al 95% del proceso productivo.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Personas que culminan el curso</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El número de personas que culminan el curso es mayor al 80%.</li> </ul>

Tabla 184 Variables de salida

**Variables de Solución**

- Plan de capacitación
- Recurso humano (capacitadores y personal administrativo)

- Materia prima e insumos
- Instalaciones físicas equipo y mobiliario
- Plan de selección del personal
- Plan para el proceso de selección de jóvenes
- Distribución de las instalaciones de la escuela taller
- Plan de abastecimiento de materia prima e insumos
- Plan de producción

### **Restricciones**

- Número de personas a capacitar como artesanos textiles no mayor a 60 por año.
- Formación de artesanos textiles debe ser gratuita.
- Capacitadores residentes del municipio de San Sebastián y haber recibido formación pedagógica básica por parte de Conamype.

### **Criterios**

- Costo de implementación del proyecto
- Desarrollo económico y social que aportará al municipio de San Sebastián
- Efectividad de la enseñanza
- Operatividad del proyecto a largo plazo
- Autosostenibilidad del proyecto a largo plazo

### **Volumen de producción**

- Una unidad

### **Uso**

- Como mínimo un curso anual

### **Enunciado del problema**

#### **¿Cómo lograr personas capacitadas en el oficio de artesano textil en el municipio de San Sebastián, San Vicente?**

Con la implementación de una Escuela Taller Artesanal de Telares.

Los productos artesanales textiles de San Sebastián se distinguen por sus diseños y calidad, y han dado reconocimiento al municipio, con los telares y sus artesanos, como patrimonio cultural inmaterial. La actividad económica que generan los telares en San Sebastián es muy importante para el municipio, ya que son una fuente de empleo para muchas familias. En la actualidad los talleres de telares de San Sebastián, enfrentan algunos problemas, que generan preocupación entre los productores, encargados de los talleres, y los mismos artesanos. El problema más importante es la escasez de personas capacitadas en las técnicas del oficio de artesano textil, que se manifiesta con el 51.46% de artesanos que se dedican al oficio con un conocimiento parcial de este, mientras el 48.54% restante si tiene un conocimiento total del oficio, esta escasez de mano de obra capacitada ya genera que un 25% del total de telares contabilizados en los 22 de 25 talleres a los cuales se tuvo acceso en el casco urbano del municipio de San Sebastián se encuentren inactivos así como también genera la subutilización periódica de los que sí están activos. Esto justifica la necesidad de más personas capacitadas en las técnicas del oficio de artesano textil, otro aspecto a considerar y que incrementara la necesidad de personas capacitadas en un futuro cercano en el oficio es que se tiene un 38% de artesanos dedicados al oficio con una edad mayor a los 60 años y no se dispone de un relevo generacional de artesanos textiles que tengan el conocimiento total del oficio en San Sebastián, además cabe destacar que de este 38% de artesanos mayores de 60 años un 77% posee un conocimiento total del oficio, es decir de 50 artesanos que dicen conocer de forma total el oficio 30 de ellos son mayores de 60 años, evidenciando aún mas no solo la necesidad de mano de obra capacitada en el oficio sino también la necesidad de contar con un relevo generacional de artesanos textiles en el municipio de San Sebastián.

En la actualidad muchos talleres dan capacitación a jóvenes que deseen aprender el oficio, lo que supone una inversión de tiempo y dinero al hacerlo. La situación que se observa en este caso, es que muchos jóvenes que se capacitan, por diversos motivos no permanecen trabajando en los talleres. En el último año, de 67 jóvenes capacitados en los talleres artesanales textiles, solo 34 continuaron trabajando como artesanos textiles después de su capacitación, actualmente en los talleres de San Sebastián hay 24 artesanos entre los 20 y los 39 años.

El proyecto de la Escuela Taller de Telares de San Sebastián, es una propuesta de solución a la problemática, capacitando personas en los conocimientos y técnicas del oficio. Inicialmente financiado por la Alcaldía Municipal de San Sebastián.

## 10 CONCEPTUALIZACIÓN DE DISEÑO

El proyecto de la escuela taller de telares de San Sebastián, busca capacitar a un segmento de la población, en los conocimientos y las técnicas de los telares, con el objetivo de propiciar su inserción en el ámbito productivo; beneficiando de igual manera a artesanos que saben el oficio parcialmente, logrando con el proyecto complementar su formación.

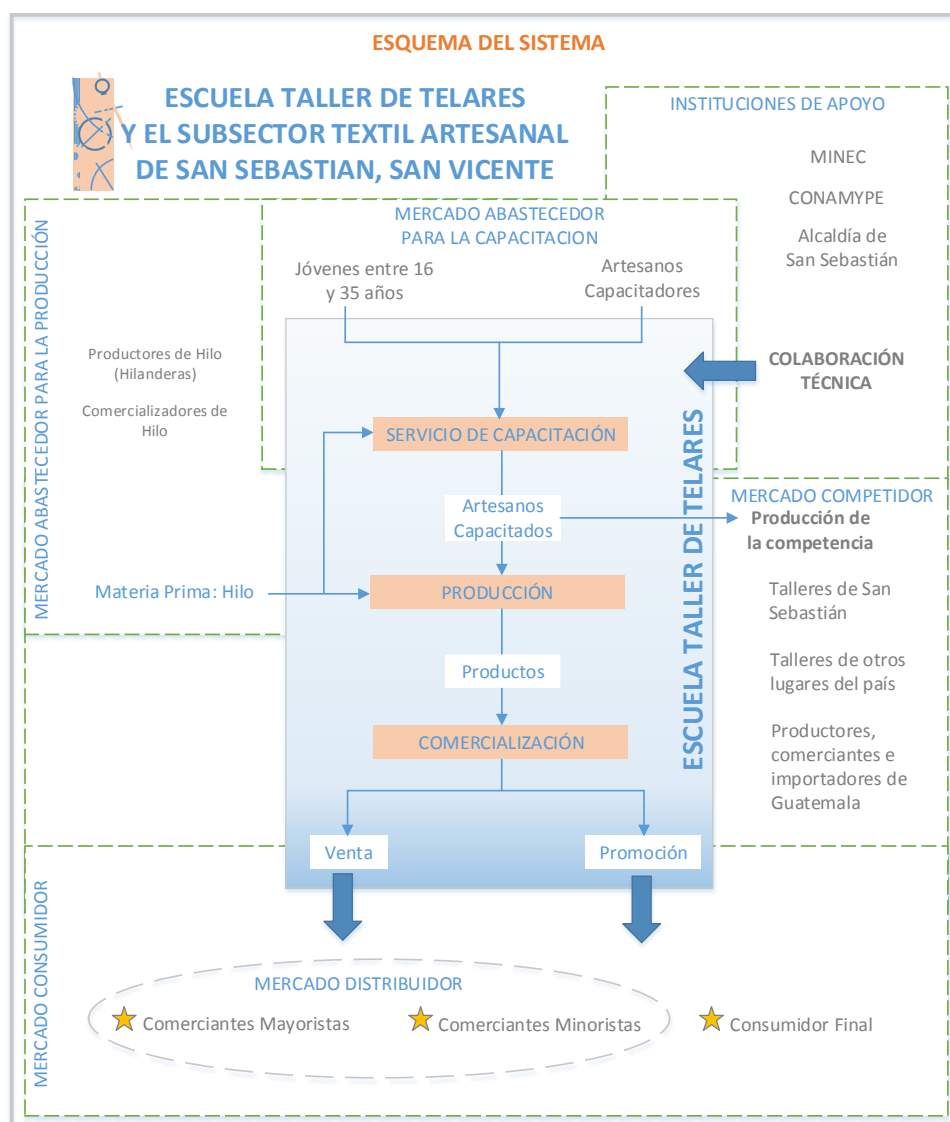


Ilustración 17 Esquema del Sistema Escuela Taller



### *Componentes Internos*

En que consiste	Objetivos	Resultados
<b>SERVICIO DE CAPACITACIÓN</b>		
El Servicio de Capacitación de la Escuela Taller de Telares de San Sebastián es el componente encargado de brindar la formación en los conocimientos y técnicas del oficio artesanal textil, para la elaboración de tejidos, por medio de telares de palanca. Este componente tendrá un programa de capacitación, que incluirá los aspectos necesarios para la formación de los alumnos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer las bases operativas del componen, para la formación de los jóvenes en las técnicas y conocimientos del oficio artesanal textil de San Sebastián, mediante una metodología de enseñanza teórica y práctica.</li> <li>• Incluir dentro del programa de capacitación, todos los aspectos que contribuyan al fortalecimiento de las capacidades del individuo para la integración en el ámbito productivo de la escuela taller, primeramente, para su beneficio propio y para subsector textil artesanal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de plan de capacitación. Plantea los contenidos, temas a abordar, actividades y tareas que sean necesarias a desarrollar para la formación de artesanos textiles capacitados y tecnificados.</li> <li>• Creación del plan de selección e inscripción para la formación de artesanos textiles. Presenta la realización de actividades necesarias para informar, seleccionar, inscribir, llevar el control del proceso de formación y graduación o cierre de las personas interesadas en formarse como artesanos textiles tecnificados y capacitados.</li> </ul>

PRODUCCIÓN		
<p>Cosiste en definir los procesos de producción, que permita mejorar el desempeño de cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de productos textiles artesanales, con el fin de satisfacer las necesidades de la sociedad a partir de la demanda y generar utilidades para la auto-sostenibilidad de la escuela taller.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar un sistema de producción en la que permita mejorar desempeño de los recursos utilizados, en la fabricación de productos textiles artesanales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear sistemas de mejora en el proceso, que garantice minimizar los costos y aumentar la calidad de los productos.</li> <li>• Establecer un sistema de abastecimiento de hilo, en el cual permita obtengan materias primas a menor precio y con las especificaciones técnicas adecuadas para la elaboración de productos textil artesanal con la calidad requerida.</li> <li>• Crear un sistema de inventario de materia prima y producto terminado que permita suplir con la demanda.</li> </ul>
COMERCIALIZACIÓN		
<p>Es el componente del sistema de la escuela taller encargado de la gestión de la publicidad de los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar los productos que más conviene comercializar en el mercado local.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación del plan de desarrollo de mercados. Desarrollo de mercados, estrategia centrada en la publicidad y comercialización de los productos textiles artesanales con el fin de alcanzar el</li> </ul>

<p>productos elaborados, y de la realización de las ventas por los canales de distribución que se definan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Definir las estrategias que la escuela taller implementara para la publicidad y marketing de los productos que se elaboran.</li> <li>• Establecer el sistema de comercialización a ejecutar, definiendo los canales de distribución adecuados.</li> </ul>	<p>mercado consumidor que se posee actualmente y a la vez llegar a nuevos segmentos de mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Creación de sistema de comercialización El proyecto de la Escuela Taller de Telares de San Sebastián, debe contar con un sistema de comercialización propio que facilite al acceso al mercado nacional de las artesanías textiles.</li> <li>• Establecer políticas de ventas Para garantizar la venta de productos elaborados por los alumnos de la escuela taller, se debe realizar el diseñar de políticas de ventas, atendiendo criterios de calidad y precio adecuado y competitivo dentro del mercado local.</li> <li>• Creación del plan de diversificación de productos ofertados Diversificar la gama de productos textiles artesanales ofertados tanto con nuevos productos, así como con productos que se producían en el pasado pero que han dejado de producirse en la actualidad.</li> </ul>
--	--	--

Tabla 185 Descripción de los componentes internos del sistema de la Escuela Taller

### Componentes externos

En que consiste	Objetivos	Resultados
<b>MERCADO ABASTECEDOR</b>		
<p>Abastecimiento de materia prima. Materia prima necesaria para las prácticas de los alumnos. Entre la materia prima se incluye, el hilo a utilizar en las practicas, y demás material pedagógico a utilizar. También consiste en el abastecimiento del hilo requerido para la elaboración de los productos que se comercializarán. El mercado lo comprenden los fabricantes y comerciantes de hilo que operan en el país.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Obtener la materia prima para la realización del curso de formación, a buen precio y en condiciones apropiadas.</li> <li>• Contar con materia prima de calidad para la elaboración de los productos que se comercializaran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información sobre los canales de abastecimiento de la materia prima necesaria para la capacitación.</li> <li>• Información sobre la disponibilidad de hilo en el mercado, las características de este, los canales de abastecimiento y el precio apropiado.</li> </ul>
<p>Abastecimiento para la capacitación. Se requiere, para la realización de la capacitación, contar con artesanos que conozcan el oficio</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con el personal idóneo para llevar a cabo la tarea de capacitar adecuadamente a los jóvenes en el oficio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de insumo para el establecimiento de los perfiles del personal, de acuerdo a las características requeridas, para la formación y las del personal que se puede disponer.</li> </ul>

<p>artesanal textil en su totalidad y que, además posean aptitudes para la enseñanza y cierta formación pedagógica, proporcionada por mediante el apoyo de CONAMYPE.</p> <p>En este punto también se incluyen a los jóvenes, quienes deberán ser capacitados, para dotarlos de los conocimientos y las técnicas que requieren para su buen desempeño como artesanos y las necesidades del subsector.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con la cantidad de jóvenes necesaria para la implementación eficaz del programa de formación, en los turnos y horarios que correspondan, de acuerdo a la planificación que se realice.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de insumo para la determinación del proceso de selección del personal para el proceso de capacitación.</li> <li>• Aseguramiento de la ocupación de los factores incluidos para el proceso de capacitación, con jóvenes comprometidos en aprender el oficio y ejercerlo.</li> </ul>
MERCADO COMPETIDOR		
<p>El mercado competidor lo comprenden los talleres de telares de San Sebastián, los talleres de textiles artesanales de otras partes del país y los productores y comerciantes de productos industriales iguales o sustitutos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerar la competencia presente en el mercado con que se tendrá interacción, en aspectos como el precio, calidad de los productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de insumo para el establecimiento del precio de los productos elaborados en la escuela taller.</li> <li>• Información de insumo para la determinación de criterios de calidad de los productos en los controles correspondientes.</li> </ul>

MERCADO DISTRIBUIDOR		
<p>Consiste en los canales de distribución disponibles y comúnmente utilizados por el subsector textil artesanal. Entre los canales de distribución se cuentan, el canal directo, que es la venta a los consumidores de los productos artesanales, el canal minorista, tal como lo indica su nombre, consiste en la venta a comerciantes minoristas quienes lo llevan hasta el consumidor, y el canal mayorista, que consiste en la venta a comerciantes mayoristas, quienes a su vez lo venden a comerciantes minoristas que lo llevan hasta el consumidor. Estos son los canales de distribución más habitualmente utilizados por los talleres de textiles artesanales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Considerar los canales de distribución disponibles para la evaluación de la conveniencia, ventajas y desventajas de estos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de insumo sobre los canales de distribución disponibles y comúnmente utilizados en el subsector.</li> <li>• Información para el establecimiento de los criterios de evaluación de los canales de distribución.</li> </ul>

MERCADO CONSUMIDOR		
El mercado consumidor lo comprenden las personas que desean adquirir productos textiles artesanales, en la variedad disponible en el mercado y comúnmente comercializados en diferentes puntos del país.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer los hábitos de consumo y las preferencias de los consumidores de productos artesanales textiles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de insumo para la selección de los productos más convenientes de elabora y comercializar por parte de la escuela taller.</li> <li>• Información de insumo para el establecimiento de criterios de calidad, diseño y precio de los productos.</li> </ul>
INSTITUCIONES DE APOYO		
Esta comprendido por las instituciones que brindan apoyo en diversas áreas, para la implementación y operación del proyecto de la escuela taller, entre las que se encuentran: el Ministerio de Economía, a través de la Dirección de Fomento Productivo, CONAMYPE y la Alcaldía de San Sebastián, que proporcionara la ayuda financiera para la ejecución del proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la disponibilidad de apoyo al proyecto, en aspectos como el financiamiento y recursos para la implementación y operación, que permita realizar adecuadamente la planificación y gestión de la ayuda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información de insumo para la planificación y gestión del apoyo que brindan las instituciones cooperantes.</li> <li>• Información de insumo para la determinación del tamaño del proyecto, la sostenibilidad y el establecimiento de metas.</li> </ul>

Tabla 186 Descripción de los componentes externos del sistema de la Escuela Taller

## ETAPA II: DISEÑO

---





## **METODOLOGÍA**

## **OBJETIVOS DE LA ETAPA**

### **Objetivo General**

- Establecer mediante un estudio técnico los requerimientos necesarios para el correcto funcionamiento de una escuela taller que permita la capacitación en el oficio artesano textil de la población comprendida entre los 16 y 35 años del municipio de San Sebastián, San Vicente; así como la fabricación de productos textiles artesanales y su posterior comercialización.

### **Objetivos específicos**

- Analizar las posibles localizaciones del proyecto, con el fin de determinar la ubicación de la escuela taller en un punto estratégico, donde facilite el acceso a la población del Municipio de San Sebastián.
- Establecer los requerimientos técnicos del proyecto, necesarios para el correcto funcionamiento de la Escuela Taller.
- Calcular los requerimientos de producción, con el fin de establecer los volúmenes de producción.
- Determinar la capacidad instalada del proyecto, tanto para el área de capacitación como en la de comercialización, de acuerdo a los datos obtenidos en la etapa de mercado.
- Especificar las bases organizativas del proyecto, con el fin de garantizar el buen funcionamiento de la Escuela Taller.
- Establecer la figura legal, con la que funcionaria la Escuela Taller, con el fin de garantizar el funcionamiento de esta desde el punto legal.

## 1 ESTUDIO DE TAMAÑO Y LOCALIZACIÓN

### 1.1 Tamaño del proyecto

#### 1.1.1 Factores a considerar para tamaño del proyecto

##### **Generalidades:**

Para el Estudio técnico es necesario determinar el Tamaño de la Escuela Taller Artesanal de Telares, el cual es "Es la capacidad instalada de producción o de prestación de servicios de la misma".

El tamaño del proyecto, expresa la cantidad de producto o servicio, por unidad de tiempo, por esto lo podemos definir en función de su capacidad de producción de bienes o prestación de servicios, durante un período de tiempo determinado.

Los factores que determinan la selección del tamaño del proyecto son:

- Número de telares por taller en la actualidad.
- Número de personas por aula.
- Expectativas y disponibilidad de recursos para implementación del proyecto.
- Recomendaciones de INSAFORP.

#### 1.1.2 Descripción de los factores

##### **Número de telares por taller en la actualidad:**

Según datos obtenidos gracias al censo de talleres y artesanos que se realizó en la etapa de diagnóstico de este estudio se determinó que la media de telares existentes en los talleres textiles artesanales de San Sebastián es de 5.91 telares por taller.

**Número de personas por aula:**

Este es establecido en base a la capacidad de formación de artesanos textiles que desea implementar la Alcaldía Municipal de San Sebastián ente financiero del proyecto en su etapa inicial el cual es de 15 artesanos formados por curso.

**Expectativas y disponibilidad de recursos para implementación del proyecto.**

El proyecto de la Escuela Taller de Telares Artesanales se desarrolla bajo una iniciativa de la Alcaldía Municipal de San Sebastián, San Vicente; por ende el tamaño de la misma está determinado por el monto económico que se designará para su funcionamiento el cual determinará las instalaciones de obra civil requeridas, el número de colaboradores con el cual se dispondrá así como también la capacidad instalada de maquinaria tanto para la producción de los productos textiles artesanales como: hamacas, manteles, colchas entre otros productos; así como también la capacidad instalada para brindar el servicio de capacitación como artesano textil a cierto segmento de la población de referido municipio. Dicha capacidad instalada que se vuelve una restricción importante a considerar para el servicio de capacitación pues la Alcaldía Municipal de San Sebastián establece que el número de personas a capacitar por curso de formación debe de estar conformado por 15 personas como máximo.

Propuesta presupuestaria elaborada para primer año de funcionamiento: \$18,779.20<sup>24</sup> de Escuela Taller.

Este monto destinado inicialmente por la alcaldía para el proyecto, serviría para cubrir la inversión fija del proyecto, según se determina en el punto 1 de la Etapa III, referente a las inversiones del proyecto.

---

<sup>24</sup> Fuente: Propuesta de proyecto Escuela Taller Artesanal proporcionado por Alcaldía Municipal de San Sebastián.

## Recomendaciones de INSAFORP:

Debido a la complejidad que representan ciertos pasos del proceso productivo de los productos textiles artesanales y a la dificultad que se puede presentar al momento de la enseñanza de este se recomienda por curso de capacitación atender un máximo de 20 personas y disponer de dos personas capacitadoras, lo anterior se determina con información proporcionada por parte de la Gerencia Técnica de INSAFORP sobre experiencias similares de capacitación.

## Capacidad instalada

El volumen máximo de producción que la Escuela Taller tendrá para los distintos productos textiles artesanales en su quinto año de funcionamiento se determina haciendo uso de los días laborales por año, tomando como base el año 2024 quinto año de funcionamiento, el número de telares con los que se dispondrá en ese año y el tiempo de producción por unidad, realizando las siguientes operaciones matemáticas:

- Días laborales año 2024 descontando días de asueto y domingos se tienen 304.
- Horas laborales al día 4.

Con lo anterior se tiene:

$$\text{Horas disponibles año} = \text{días laborales} * \text{horas laborales día}$$

Con el dato de horas disponibles al año, el número de telares disponible al año para el producto a fabricar y el tiempo de producción por unidad se determinan el total de productos por año.

$$\text{Total de productos producidos por año}$$

$$= \text{numero de telares} * \frac{\text{horas disponibles año}}{\text{tiempo de producción unidad}}$$

Capacidad Instalada por productos, quinto año de funcionamiento de la Escuela Taller.

Productos	Número de telares	Horas disponibles año	Tiempo de Producción unidad (hr)	Total, de productos producidos por año
Hamaca	4,90	5958,10	0,99	6018,28
Mantel	0,85	1030,92	0,41	2514,44
Individual	0,85	1030,92	0,22	4686,01
Colcha	2,40	2924,06	1,26	2320,68
Total	9,00	10944,00	-	15539,42

Tabla 187 Capacidad instalada de Escuela Taller.

Fuente: elaboración propia.

Para lograr el volumen de producción anterior se dispondrá de la siguiente maquinaria y cantidad de operarios:

Maquinaria	Cantidad	Número de operarios por maquina	Total, de operarios
Tornos	5	1	5
Urdidor	1	1	1
Trascañadera	1		
Telares	9	1	9

Tabla 188 Cantidad de maquinaria de la Escuela Taller primer año de funcionamiento.

**Nota:** Urdidor y Trascañadera se operan en conjunto por lo que solo se necesita un operario para ponerlos a producir.

Además, se considera para determinar el volumen de producción factores como instalaciones, tecnología, experiencia/conocimientos, etc.

La capacidad instalada establecida se determinó para cuatro horas laborales al día, ya que la maquinaria e instalaciones de la Escuela Taller serán tanto para formación de artesanos textiles como para producción y comercialización de productos textiles artesanales.

## **1.2 Localización del proyecto**

### **Generalidades**

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de establecer el lugar que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, es decir en donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto social.

En este estudio de localización del proyecto, se debe tener en cuenta dos aspectos: La Macrolocalización la cual consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto en el país o en el espacio rural y urbano de alguna región y La Microlocalización que es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en ésta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.

Existen ciertos factores que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas locacionales, que influyen de alguna manera en las inversiones del proyecto.

### **1.2.1 Macrolocalización**

Se debe analizar en las zonas a seleccionar, las que ofrezcan las mejores condiciones con respecto a: abastecimiento de materia prima, mercado de consumo, servicios básicos, disponibilidad de mano de obra, vías de comunicación y medios de transporte, infraestructura de servicios públicos entre otros.

Para el caso del desarrollo del proyecto de la Escuela Taller Artesanal de Telares se tiene como principal restricción que la macrolocalización de la misma debe darse específicamente dentro del municipio de San Sebastián, San Vicente; restricción establecida por la contra parte asociada y a la vez ente financiero del proyecto pues lo que se busca con la implementación de esta es rescatar el patrimonio cultural y fortalecer la actividad económica de referido municipio, por lo cual no se realizara evaluación de alternativas para la macrolocalización del proyecto.

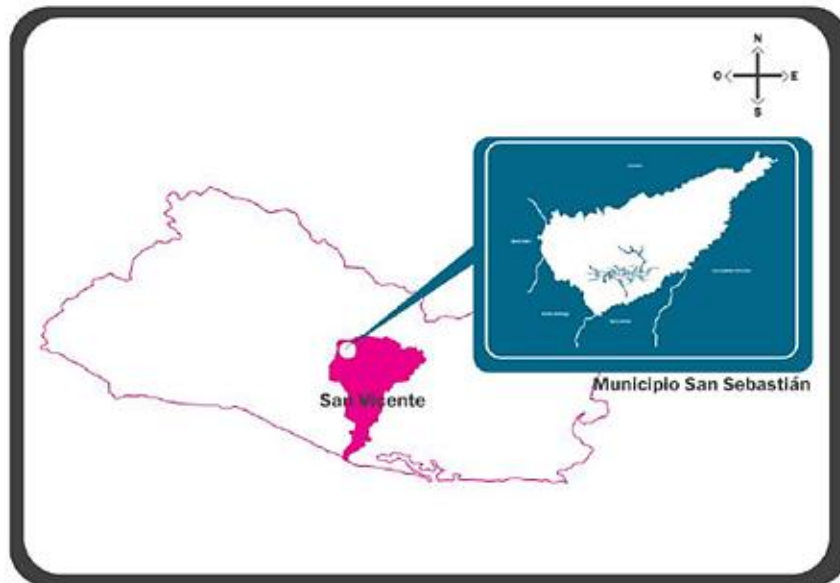


Ilustración 7 Macrolocalización para la implementación de la Escuela Taller Artesanal de Telares.

Fuente de ilustración: elaborada por Guzman Mercedes (2011).

### 1.2.2 Microlocalización

A continuación, se presentan los factores a considerar para establecer la ubicación de la Escuela Taller Artesanal de Telares dentro del municipio de San Sebastián:

- Área del local disponible.
- Costo de arrendamiento.
- Disponibilidad de servicios básicos: agua, energía eléctrica, teléfono, entre otros.
- Proximidad al centro del casco urbano del municipio (Alcaldía, parque central y mercado municipal).
- Facilidad de acceso por las principales vías de comunicación.



**1.2.2.1 Factores de relevancia para el estudio de la microlocalización del proyecto**

FACTOR	DESCRIPCIÓN	PONDERACIÓN
<b>Área disponible</b>	Espacio físico demandado según las características dimensionales establecidas para la implementación de la Escuela Taller y futuro crecimiento de la misma.	25%
<b>Costo de arrendamiento</b>	Costo al cual se incurrirá por el alquiler de las instalaciones físicas donde funcionará la Escuela Taller al no poseer un local propio para su establecimiento.	20%
<b>Disponibilidad de servicios básicos: energía eléctrica, agua, teléfono.</b>	Necesidad de energía eléctrica para realizar acabados de costura plana en ciertos productos, necesidad de agua potable para consumo humano e higiene tanto personal como del local, disponibilidad de servicio telefónico para comunicación entre proveedores, clientes e integrantes de la Escuela Taller.	20%
<b>Proximidad al centro del casco urbano del municipio</b>	Distancia desde las instalaciones de la Escuela Taller a los principales puntos de referencia del municipio como son: alcaldía municipal, parque central y mercado municipal.	20%
<b>Facilidad de acceso por las principales vías de comunicación</b>	Proximidad y facilidad para incorporarse a las principales vías tanto de acceso al municipio como las vías de comunicación internas que este posee.	15%

Tabla 189 Factores de relevancia para establecimiento de la microlocalización de la Escuela Taller.

Fuente: Elaboración propia.

### 1.2.2.2 Descripción de las Alternativas para la Microlocalización

Factores	Alternativas de Microlocalización	
	Casa de la Cultura de San Sebastián:	La Quinta Aguiñada:
	Ubicada sobre 4a. Av. Norte, San Sebastián, San Vicente.	Ubicada sobre 12a. Av. Norte, al final de Barrio El Transito, San Sebastián, San Vicente.
Área disponible	450 metros cuadrados disponibles dentro de las instalaciones de la casa de la Cultura de San Sebastián para la implementación de la Escuela Taller.	1,000 metros cuadrados.
Costo de arrendamiento	Ningún costo. Propiedad del Ministerio de Cultura.	\$150.00 mensual. Propiedad privada.
Disponibilidad de servicios básicos: energía eléctrica, agua, teléfono.	Se cuenta con todos los servicios básicos.	Se cuenta con todos los servicios básicos.
Proximidad al centro del casco urbano del municipio	Ubicado a 100 metros al oriente de la Alcaldía Municipal.	Ubicado a 500 metros al oriente de la Alcaldía Municipal.
Facilidad de acceso por las principales vías de comunicación	Ubicado sobre calle principal del municipio.	Ubicado sobre calle secundaria del municipio.

Tabla 190 Descripción de alternativas para microlocalización de Escuela Taller.

Fuente: Elaboración propia

### 1.2.2.3 Proceso de Selección o Evaluación

#### Ponderación de Factores para la Microlocalización

Para la evaluación de la Microlocalización se tomará el método de evaluación por puntos, este método consiste en definir los principales factores determinantes de

una localización, para asignarles valores ponderados de peso relativo, de acuerdo con la Importancia que se les atribuye.

El peso relativo, sobre la base de una suma igual a uno, depende fuertemente del criterio y experiencia del evaluador.

Para el estudio la calificación a tomar se encuentra entre el rango de 1 a 3 donde 3 es la mejor calificación y uno la peor.

Criterio	Calificación
Excelente	3
Buena	2
Mala	1

Tabla 191 Criterios de evaluación de factores para microlocalización.

Fuente: Elaboración propia

Fórmula para obtención de ponderación en los diferentes factores establecidos:

$$\text{Ponderación} = \text{Peso} * \text{Calificación}$$

**Puntuación obtenida con los diferentes factores a considerar para la evaluación**

Factor	Peso	Alternativas			
		Casa de la Cultura de San Sebastián		La Quinta Aguiñada	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
Área disponible	25%	2	0.5	3	0.75
Costo de arrendamiento	20%	3	0.6	2	0.4
Disponibilidad de servicios básicos: energía eléctrica, agua, teléfono.	20%	3	0.6	3	0.6
Proximidad al centro del casco urbano del municipio	20%	3	0.6	1	0.2
Facilidad de acceso por las principales vías de comunicación	15%	3	0.45	2	0.3
<b>Total</b>	<b>100%</b>		<b>2.75</b>		<b>2.25</b>

Tabla 192 Evaluación de factores para microlocalización de Escuela Taller.

Fuente: Elaboración propia.

El resultado obtenido de la evaluación de factores para la microlocalización de la Escuela Taller Artesanal de Telares es: instalaciones proporcionadas por **Casa de la Cultura de San Sebastián, San Vicente.**



Ilustración 18 Microlocalización seleccionada para la implementación de la Escuela Taller



Casa de la Cultura

## 2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

### 2.1 Servicio de Capacitación

#### 2.1.1 Metodología de la capacitación

La metodología didáctica está relacionada con las formas o métodos de enseñanza que permiten el éxito del proceso enseñanza-aprendizaje, con la obtención de los conocimientos necesarios para el aprendizaje, desarrollo y entendimiento de diversas maneras de aprender un trabajo o profesión en especial.

Para la metodología propuesta para la enseñanza/aprendizaje en la escuela taller es aprender-haciendo, el cual consiste en construir conocimiento haciendo cosas con otros, a partir de la experiencia y la exploración, del ensayo y error, del análisis y la ejecución.

En la práctica, puede verse como una inversión del proceso enseñanza-aprendizaje tradicional. En vez de la secuencia habitual que va de la teoría a la práctica (Teoría → Práctica) se invierte el proceso (Práctica → Teoría).

Una persona aprende<sup>25</sup>:

El 20 % de lo que ve

El 20% de lo que oye

El 40 % de lo que ve y oye

El 80 % de lo que vivencia o descubre por sí mismo

#### **GUÍA DEL MÉTODO**

---

<sup>25</sup> Fuente: National Training Laboratories, 1977

El método considera las siguientes etapas o proceso de aprendizaje:

- Experiencia/Vivencia.
- Análisis de la experiencia (¿Qué pasó?, ¿Cómo fue la experiencia?)
- Lecciones aprendidas. Construcción de conocimientos.
- Aplicación a futuro, generalización, proyección a futuro.

### **Experiencia/Vivencia**

Realizar la experiencia, hacer el trabajo recomendado. Sentir y vivir la experiencia son las características de esta etapa. Equivocarse, corregir, hacer de nuevo, mejorar, repetir el ciclo hasta lograr los objetivos del trabajo es la meta. Como pasos previos a la actividad se pueden diagramar las siguientes actividades:

- Recolección de información.
- Provisión de los recursos para realizar la experiencia.
- Búsqueda de información básica.
- Realizar lecturas de guía.
- Buscar ejemplos similares.

### **Análisis de la Experiencia**

El análisis de la experiencia comprende, entre otras, dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué nos pasó?, ¿Qué sentimos?
- ¿Cómo fue la experiencia? Que hicimos bien y en que nos equivocamos.
- ¿Cuáles son los errores cometidos?
- ¿Cuáles son las virtudes de lo realizado?

- ¿Qué haría diferente si tuviera que repetir la experiencia de nuevo?
- ¿Qué reflexiones merece mi trabajo?
- ¿Qué retroalimentación de mis compañeros y de los profesores obtuve?

### **Lecciones aprendidas. Construcción de los conocimientos**

La idea de esta etapa es pasar del plano práctico al plano teórico y conceptual. Construir conceptos y encontrar significados es el objetivo de esta etapa. Preguntas que facilitan esa construcción son:

- ¿Qué aprendí?
- ¿Qué conceptos, ideas, conocimientos puedo agregar a los que tenía anteriormente sobre el tema?

Buscar información formal en apuntes y libros sobre el tema. Comparar. Reformular la experiencia en base a la teoría es un buen trabajo que se puede realizar.

### **Aplicaciones a futuro, Generalización de la experiencia.**

Si tuviera que recomendar a otro que hacer, ante una experiencia similar, ¿Qué le diría? ¿Cuáles son las advertencias que le daría? ¿Cuáles son los recaudos a tener en cuenta luego de lo aprendido? ¿Qué precauciones tomaría para repetir la experiencia en trabajos similares o parecidos? ¿Cómo utilizaría, generalizaría en otro proyecto y aplicaría lo aprendido?

Una buena metáfora de esta etapa es responder a la pregunta: ¿Y ahora qué?

## **2.1.2 Plan de Capacitación**

### **2.1.2.1 Generalidades**

Se denomina capacitación al acto y el resultado de capacitar: formar, instruir, entrenar o educar a alguien. La capacitación busca que una persona adquiera capacidades o habilidades para el desarrollo de determinadas acciones.

La capacitación es un proceso a través del cual se adquieren, actualizan y desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño de una función laboral o conjunto de ellas.

### **2.1.2.2 Actividad de la Institución**

La escuela taller será una institución, dedicada a la prestación de servicios de capacitación de manera gratuita al segmento de población beneficiaria, residentes en el municipio de San Sebastián, además de la elaboración de productos textiles artesanales.

### **2.1.2.3 Justificación**

La escasez de artesanos en el oficio de artesano textil, constituye uno de los mayores problemas que enfrenta el Municipio de San Sebastián, el 38% de los artesanos existentes en el casco urbano, son mayores de 60 años y solamente un 23% se encuentra en la edad de 20 a 39 años, mostrando un desinterés de los jóvenes en practicar el oficio, poniendo en peligro el relevo generacional.

Además de la poca participación de los jóvenes en el oficio artesano textil, un 49% de los artesanos no sabe el oficio completo, provocando escasez en algunos pasos del proceso como lo es urdir, solamente el 8% de los artesanos censados lo realiza, provocando que muchos de ellos deban ir a diferentes talleres para poder urdir la tela; otro aspecto importante es la baja participación de las mujeres en el oficio ya que solo el 18% de ellas participa.

Es por ello que se propone la creación de un Escuela Taller textil artesanal, que tendrá como función capacitar a la población entre en el rango seleccionado en el oficio de artesano textil, así como aumentar la participación de esta población en el mismo, logrando el rescate del patrimonio del Municipio de San Sebastián,



además de insertar a las personas entre este rango de edad a la vida productiva del Municipio, trayendo consigo beneficios económicos y sociales para los pobladores del Municipio.

#### **2.1.2.4 Alcances**

La Escuela Taller capacitara a personas que se encuentre en el rango de edad seleccionado, pobladores del Municipio de San Sebastián.

#### **2.1.2.5 Objetivos**

- Proporcionar habilidades y conocimientos en el oficio artesano textil pobladores del municipio de San Sebastián entre las edades de 16 a 35 años.
- Proveer de artesanos capacitados en el oficio de artesano textil a talleres ya existentes, así como el surgimiento de nuevos talleres en el municipio.
- Apoyar la continuidad del oficio artesano textil, con el fin de mantener el patrimonio del municipio e insertar a la población seleccionada al sector laboral.

#### **2.1.2.6 Metas**

Capacitar 30 personas por año, con el fin de aumentar el número de artesanos existentes en el Municipio de San Sebastián, reactivando la economía del municipio a través de la práctica del oficio, así como los beneficios sociales que trae consigo.

#### **2.1.2.7 Estrategias**

- Desarrollo de clases teóricas y prácticas que posibiliten a la población seleccionada adquirir conocimientos y habilidades en el oficio artesano textil.
- Realizar prácticas donde tendrán como objetivo realizar un producto textil artesanal.
- Establecer metodologías de enseñanza donde el alumno adquiera los conocimientos de manera más efectiva.
- Proporcionar capacitación en diferentes áreas que posibiliten la adquisición de conocimientos del oficio, administración y costeo de los productos.

### 2.1.2.8 Presupuesto

Descripción	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total
Hilo	149.33 lb (34 conos de 4.5 lb)	\$ 2.70	\$91.80
Papel Bond (tamaño carta)	1000 hojas (2 resmas)	\$ 3.70	\$ 7.40
Marcador Magistral Didact.C/4	15	\$ 5.90	\$ 88.50
Borrador	2	\$ 1.10	\$ 2.20
Lapiceros	2 cajas de 12 unidades	\$ 2.00	\$ 4.00
Pizarra acrílica Pizarrón STUDMARK (rotafolio, blanco, 68x104	1	\$ 189.00	\$ 189.00
Libros	4	\$ 20.00	\$ 80.00
Salario de director de escuela	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Salario de capacitadores	2 (en 6 meses)	\$300.00	\$ 3,600
Alquiler de local	1	\$ 0.00	\$ 0.00
<b>Total</b>			<b>\$4,462.90</b>

Tabla 193 Presupuesto de insumos, salarios y alquiler de local necesarios en el plan de capacitación por seis meses. Fuente: Elaboración propia.

### 2.1.2.9 Contenido del Curso<sup>26</sup>

## MÓDULO 1: INTRODUCCIÓN A LA ELABORACIÓN DE TEJIDOS ARTESANALES EN TELAR DE PALANCA

<b>Duración del módulo 1</b>	<b>1 semana</b>
<b>Recursos</b>	Pizarra, plumones, material didáctico
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Explicar que es una artesanía textil.
- Identificar las características y propiedades de los productos textiles elaborados en telares de palanca.
- Conocer el equipo utilizado para la elaboración de los productos.
- Identificar el diseño artesanal tradicional y sus características
- Explicar los pasos generales a seguir en la elaboración de productos textiles.

### CONTENIDO DEL MÓDULO:

1. Concepto de tejido. Propiedades y características.
  - a. "Tipos de tejidos.
  - b. Propiedades y características del tejido plano."
2. Productos que se elaboran. Propiedades y características.
  - a. Tipos de Manteles artesanales elaborados en San Sebastián.
  - b. Tipos de Hamacas. Énfasis en el tipo de Hamaca de San Sebastián.

---

<sup>26</sup> Para impartir los módulos 8, 9 y 10 se buscará apoyo por parte de INSAFORP

- c. Descripción y características de la Colcha.
- d. Descripción y características de otros productos elaborados en San Sebastián."

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- Composición del tejido, realizado en un dibujo (trama y urdimbre).
- Identificación de los productos, mediante la realización de un cuadro comparativo.
- Elaboración de diseño en papel

#### **MODULO 2: PROCESO DE ELABORACIÓN DE LOS PRODUCTOS Y CARACTERÍSTICA DE MATERIA PRIMA**

<b>Duración del módulo 2</b>	<b>1 semana</b>
<b>Recursos</b>	Pizarra, plumones, material didáctico
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

#### **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Identificar cada una de las etapas del proceso de elaboración de los tejidos artesanales.
- Identificar el equipo utilizado en cada una de las fases del proceso de elaboración.
- Identificar la materia prima utilizada.

#### **CONTENIDO DEL MÓDULO:**

1. Proceso de elaboración de productos textiles artesanales, de manera teórica.

2. Partes y función de equipo utilizado en el proceso de elaboración de artesanías textiles
3. Instrumentos utilizados y su función.
4. Hilo utilizado, sus características y clasificación.
  - a. Clasificación de las fibras.
  - b. Características técnicas de las fibras.
  - c. Cuidado de las fibras.
5. Materia prima utilizada.

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- Cuadro con pasos que se deben llevar el acabo para la elaboración de un producto textil artesanal con su respectiva explicación sobre lo que consiste cada uno de ellos.
- Dibujo de equipo y herramientas utilizadas en la elaboración de productos textiles artesanales con sus partes.
- Cuadro con ventajas y desventajas de utilizar diferentes tipos de hilo.
- Lista de materiales requeridos para la elaboración de un producto textil artesanal.

### **MODULO 3: ELABORACIÓN DE CANILLAS Y CAÑONES /DEVANADO**

<b>Duración del módulo 3</b>	<b>1 semana</b>
<b>Recursos</b>	Hilo, tubos de PVC, pizarra, plumones, torno.
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

#### **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Identificar la cantidad de material (hilo) que compone una canilla y un cañón.
- Conocer los pasos para la elaboración de canillas y cañones
- Realizar Canillas y Cañones

#### **CONTENIDO DEL MÓDULO:**

- Concepto canillas
- Concepto de cañones
- Pasos del proceso de devanado, de manera teórica y mediante la observación.

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- 5 canillas con las especificaciones requeridas.
- 5 cañones con las especificaciones requeridas.

#### **MODULO 4: PROCESO DE URDIDO**

<b>Duración del módulo 4</b>	<b>2 semanas</b>
<b>Recursos</b>	Cañones, urdidor, trascañadera
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

#### **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Identificar los pasos del proceso de urdido.
- Identificar las unidades de medida empleadas en el proceso. Que son las vueltas y las bajadas.
- Identificar las características del proceso para urdir según el producto que se va a elaborar, determinando la cantidad de vueltas y bajadas a realizar, y la cantidad de material a utilizar.

- Aprender a realizar la selección de colores para el diseño a realizar.

#### **CONTENIDO DEL MÓDULO:**

- Pasos del proceso de urdido.
- Requerimientos de materia prima según el producto.
- Cantidad de material a utilizar y los colores de hilo necesarios según el producto y el diseño.
- Colocación de cañones o conos de hilo en la trascañadera.
- Colocación del material en el urdidor.
- Cantidad de vueltas y bajadas según el tipo y cantidad de producto a elaborar.

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- Urdir material para la elaboración de Mantel Individuales.
- Urdir material para la elaboración de Hamacas.
- Urdir material para la elaboración de Colchas.

#### **MODULO 5: PROCESO DE PLEGADO**

<b>Duración del módulo 5</b>	<b>4 semanas</b>
<b>Recursos</b>	Tela urdida, rastrillo, telar
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

#### **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Identificar el proceso de plegado y las funciones necesarias para realizarlo adecuadamente.

#### **CONTENIDO DEL MÓDULO:**

- Proceso del plegado.

- Funciones ejercidas por las personas que intervienen en el proceso de pegado.

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- Plegar el material para la elaboración de Manteles Individuales.
- Plegar el material para la elaboración de Hamacas.
- Plegar el material para la elaboración de Colchas.

#### **MODULO 6: PROCESO DE REPASO/PEGADO**

<b>Duración del módulo 6</b>	<b>4 semanas</b>
<b>Recursos</b>	Tela plegada, ceniza, gas, telar
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

#### **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Conocer la técnica necesaria para realizar correctamente el Repaso/Pegado.
- Realizar el Repaso/Pegado del material de un producto específico, según su diseño.
- Repetir los pasos para el Repaso/Pegado del material para cada uno de los productos a elaborar en la práctica.

#### **CONTENIDO DEL MÓDULO:**

- Proceso de repaso/pegado.
- Técnicas de Repaso/Pegado, mediante la observación.

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**



- Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.
- Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.
- Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.

## **MODULO 7: PROCESO DE TEJER**

<b>Duración del módulo 7</b>	<b>6 semanas</b>
<b>Recursos</b>	Telar, tempial, lanzadera
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

## **OBJETIVOS DEL MÓDULO**

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Identificar los pasos del proceso de tejer.
- Identificar las operaciones manuales en que consiste el proceso de tejer, los movimientos a realizar conforme al diseño del producto a elaborar.

## **CONTENIDO DEL MÓDULO:**

- Proceso de tejer
- Cambio de canilla y colocar la lanzadera dentro de la caja, atando el hilo como corresponde.
- Colocación del tempial.

## **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- Tejer un Mantel Individual.
- Tejer una Hamaca de 3 varas.
- Tejer una Colcha.

## MODULO 8: REALIZACIÓN DE ACABADOS DE LOS PRODUCTOS

<b>Duración del módulo 8</b>	<b>1 semana</b>
<b>Recursos</b>	Máquina de coser, hilo, tijera
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

### OBJETIVOS DEL MÓDULO

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Identificar el acabado correspondiente de cada producto y la forma de realizarlo.

### CONTENIDO DEL MÓDULO:

- Técnica básica en corte y confección para realizar acabados en los productos.

### PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:

- Entregar Mantel Individual con los acabados correspondientes, según las especificaciones de los productos.
- Entregar Hamaca con las costuras y acabados correspondientes, según las especificaciones de los productos.
- Entregar Colcha con las costuras y acabados correspondientes, según las especificaciones de los productos.

## MODULO 9: ELABORACIÓN DE DISEÑOS

<b>Duración del módulo 9</b>	<b>1 semana</b>
<b>Recursos</b>	Material didáctico, pizarra, plumones, páginas de papel bond, aviadura, telar.
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

## OBJETIVOS DEL MÓDULO

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Conocer la forma de generar nuevos diseños que se puedan elaborar en telares de palanca, con el fin de mostrar una propuesta de diseño propia.

## CONTENIDO DEL MÓDULO:

- proceso de generación de diseños para telar de palanca.
- Aplicación del diseño en la aviadura.

## PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:

- Boceto de nuevo diseño

## MODULO 10: ADMINISTRACIÓN Y EMPRENDEDURISMO

<b>Duración del módulo 10</b>	<b>2 semanas</b>
<b>Recursos</b>	Pizarra, material didáctico, plumones
<b>Responsable</b>	Artesano capacitador

## OBJETIVOS DEL MÓDULO

Al final del módulo las personas serán capaces de:

- Definir las formas de emprendedurismo
- Identificar los elementos componentes de los costos en la producción artesanal y así poder determinar el precio de venta de los productos elaborados.
- Conocer los conceptos de precio y costeo de manera general.
- Conocer los principios de administración y su importancia.

## CONTENIDO DEL MÓDULO:

- Definición de emprendedurismo

- Enfoques de emprendimiento
- Desarrollo de modelos de negocios
- Cómo encontrar ideas de negocios
- Pasos de formar un negocio propio
- Conceptos de precio y costeo.
- Principios de administración y su importancia.
- Ejercicios de determinación de precio de sus productos.
- Instituciones que promueven los productos artesanales en El Salvador.

#### **PRODUCTO A OBTENER POR PERSONA PARTICIPANTE:**

- Presentar ideal de negocio
- Presentación escrita de ejercicios de costos.
- Presentación escrita de ejercicios de determinación de precios de productos.

#### **2.1.2.10      *Programa de Capacitación***

El programa de capacitación se desarrollará en un periodo de 6 meses, 5 días a la semana, con un horario de 8 a.m. a 12 p.m. de lunes a viernes.

El número de horas que estarán disponibles para producción serán de 4 horas con un horario de 1 p.m. a 5 p.m. y se iniciara a producir a partir de la semana 15.

Los grupos de capacitación están conformados con un máximo de 15 personas, este número se estableció de acuerdo al número máximo de 20 personas por curso sugeridas por INSAFORP, y de acuerdo a la dificultad del curso, por lo que se atenderán a 15 personas por curso, con el fin de hacer más personalizada la enseñanza.

Se realizarán 5 grupos, los cuales tendrán a disposición materia prima, equipo y herramientas requerido para el curso, además contarán con dos instructores que tendrán la función de ayudar y supervisar el trabajo realizado por los alumnos.

A continuación, se presenta el programa de capacitación, donde se presentan los contenidos, tiempos de duración y recursos disponibles para la capacitación:

## Programación y Recursos de Plan de Capacitación

Semana	Modulo	Día	Actividad	Recursos Capacitación		
				Horas	Instructores	Hilo (Lb)
1	-	1	Inscripción al curso	4	2	-
		2	Inscripción al curso	4	2	-
		3	Inscripción al curso	4	2	-
		4	Inscripción al curso	4	2	-
		5	Inscripción al curso	4	2	-
2	Módulo 1: Introducción a la elaboración de tejidos artesanales en telar de palanca	1	-Bienvenida, presentación de programa y recomendaciones	4	2	-
			Concepto de tejido. Propiedades y características.			
		2	Tipos de Mantelos artesanales elaborados en San Sebastián	4	2	-
		3	Tipos de Hamacas. Énfasis en el tipo de Hamaca de San Sebastián.	4	2	-
		4	Descripción y características de la Colcha.	4	2	-
		5	Descripción y características de otros productos elaborados en San Sebastián."	4	2	-

3	Módulo 2: Proceso de elaboración de los Productos y característica de materia prima	1	Proceso de elaboración de productos textiles artesanales, de manera teórica.	4	2	-
		2	Partes y función de equipo utilizado en el proceso de elaboración de artesanías textiles	4	2	-
		3	Instrumentos utilizados y su función.	4	2	-
		4	Hilo utilizado, sus características y clasificación.	4	2	-
		5	Materia prima utilizada.	4	2	-
4	Módulo 3: Elaboración de canillas y cañones /devanado	1	Concepto canillas	4	2	-
		2	Concepto de cañones	4	2	-
		3	Pasos del proceso de devanado, de manera teórica y mediante la observación.	4	2	1.58
		4	Practica de elaboración de canillas	4	2	9
		5	Practica de elaboración de cañones	4	2	50.25
5-6	Módulo 4: proceso de urdido	1	Pasos del proceso de urdido	4	2	-
		2	Requerimientos de materia prima según el producto.	4	2	-

		3	Cantidad de material a utilizar y los colores de hilo necesarios según el producto y el diseño.	4	2	-
		4	Colocación de cañones o conos de hilo en la trascañadera.	4	2	-
		5	Colocación del material en el urdidor.	4	2	-
		6	Cantidad de vueltas y bajadas según el tipo y cantidad de producto a elaborar.	4	2	-
		7	Urdir material para la elaboración de Manteles Individuales.	4	2	6.30
		8	Urdir material para la elaboración de Hamacas.	4	2	44.71
		9	Urdir material para la elaboración de Colchas.	4	2	39.07 <sup>27</sup>
		10	Entrega de urdido por producto	4	2	-
7-10		1	Proceso del plegado	4	2	-

---

<sup>27</sup> El hilo proporcionado será utilizado en las operaciones de plegar, repasar y tejer.

	Módulo 5: proceso de plegado	2	Funciones ejercidas por las personas que intervienen en el proceso de plegado	4	2	-
		3	Plegar el material para la elaboración de Mantles Individuales.	4	2	
		4	Plegar el material para la elaboración de Mantles Individuales.	4	2	
		5	Plegar el material para la elaboración de Mantles Individuales.	4	2	
		6	Plegar el material para la elaboración de Mantles Individuales.	4	2	
		7	Plegar el material para la elaboración de Mantles Individuales.	4	2	
		8	Plegar el material para la elaboración de Mantles Individuales.	4	2	
		9	Plegar el material para la elaboración de Hamacas	4	2	
		10	Plegar el material para la elaboración de Hamacas	4	2	
		11	Plegar el material para la elaboración de Hamacas	4	2	



		12	Plegar el material para la elaboración de Hamacas	4	2	
		13	Plegar el material para la elaboración de Hamacas	4	2	
		14	Plegar el material para la elaboración de Hamacas	4	2	
		15	Plegar el material para la elaboración de Colchas.	4	2	
		16	Plegar el material para la elaboración de Colchas.	4	2	
		17	Plegar el material para la elaboración de Colchas.	4	2	
		18	Plegar el material para la elaboración de Colchas.	4	2	
		19	Plegar el material para la elaboración de Colchas.	4	2	
		20	Plegar el material para la elaboración de Colchas.	4	2	
11-14		1	Proceso de repaso/pegado	4	2	-

	Módulo 6: proceso de repaso/pegado	2	Técnicas de Repaso/Pegado, mediante la observación	4	2	
		3	Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.	4	2	
		4	Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.	4	2	
		5	Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.	4	2	
		6	Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.	4	2	
		7	Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.	4	2	
		8	Repaso/Pegado del material para elaborar Manteles Individuales.	4	2	
		9	Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.	4	2	
		10	Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.	4	2	
		11	Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.	4	2	

		12	Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.	4	2	
		13	Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.	4	2	
		14	Repaso/Pegado del material para elaborar Hamacas.	4	2	
		15	Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.	4	2	
		16	Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.	4	2	
		17	Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.	4	2	
		18	Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.	4	2	
		19	Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.	4	2	
		20	Repaso/Pegado del material para elaborar Colchas.	4	2	
15-20		1	proceso de tejer	4	2	-

	Módulo 7: proceso de tejer	2	Cambio de canilla y colocar la lanzadera dentro de la caja y Colocación del tempial.	4	2	
		3	Tejer un lienzo como práctica.	4	2	
		4	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		5	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		6	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		7	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		8	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		9	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		10	Tejer un Mantel Individual.	4	2	
		11	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		12	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		13	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		14	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		15	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		16	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		17	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		18	Tejer una Hamaca de 3 varas.	4	2	
		19	Tejer una Colcha.	4	2	
		20	Tejer una Colcha.	4	2	

		21	Tejer una Colcha.	4	2	
		22	Tejer una Colcha.	4	2	
		23	Tejer una Colcha.	4	2	
		24	Tejer una Colcha.	4	2	
		25	Tejer una Colcha.	4	2	
21	Módulo 8: realización de acabados de los productos	1	Técnica básica en corte y confección para realizar acabados en los productos	4	2	-
		2	Realización de práctica de costura	4	2	-
		3	Entregar Mantel Individual con los acabados correspondientes, según las especificaciones de los productos.	4	2	-
		4	Entregar Hamaca con las costuras y acabados correspondientes, según las especificaciones de los productos.	4	2	-
		5	Entregar Colcha con las costuras y acabados correspondientes, según las especificaciones de los productos.	4	2	-
22	Módulo 9: elaboración de diseños	1	Proceso de generación de diseños para telar de palanca.	4	2	-

		2	Aplicación del diseño en la aviadura.	4	2	-
		3	Aplicación del diseño en la aviadura.	4	2	-
		4	Boceto de nuevo diseño	4	2	-
		5	Boceto de nuevo diseño	4	2	-
23-24	Módulo 10: Administración y emprendedurismo	1	Definición de emprendedurismo	4	2	-
		2	Enfoques de emprendimiento	4	2	-
		3	Desarrollo de modelos de negocios	4	2	-
		4	Cómo encontrar ideas de negocios	4	2	-
		5	Pasos de formar un negocio propio	4	2	-
		6	Conceptos de precio y costeo	4	2	-
		7	Principios de administración y su importancia.	4	2	-
		8	Presentar ideal de negocio	4	2	-
		9	Presentación escrita de ejercicios de costos.	4	2	-
		10	Presentación escrita de ejercicios de determinación de precios de productos.	4	2	-
25	-	1	Cierre de curso	4	2	-
		2	Cierre de curso	4	2	-
		3	Cierre de curso	4	2	-

		4	Cierre de curso	4	2	-
		5	Graduación	4	2	-
TOTAL				480		111.84

Tabla 194 Programación y Recursos de Plan de Capacitación

Descripción	Horas	Hilo (lb)
<b>Inscripción y Curso completo</b>	480	111.84

Tabla 195 Duracion del curso en horas y cantidad de hilo utilizado

### 2.1.2.11 Cronogramas de Actividades

Curso 01-Año 1 de implementación

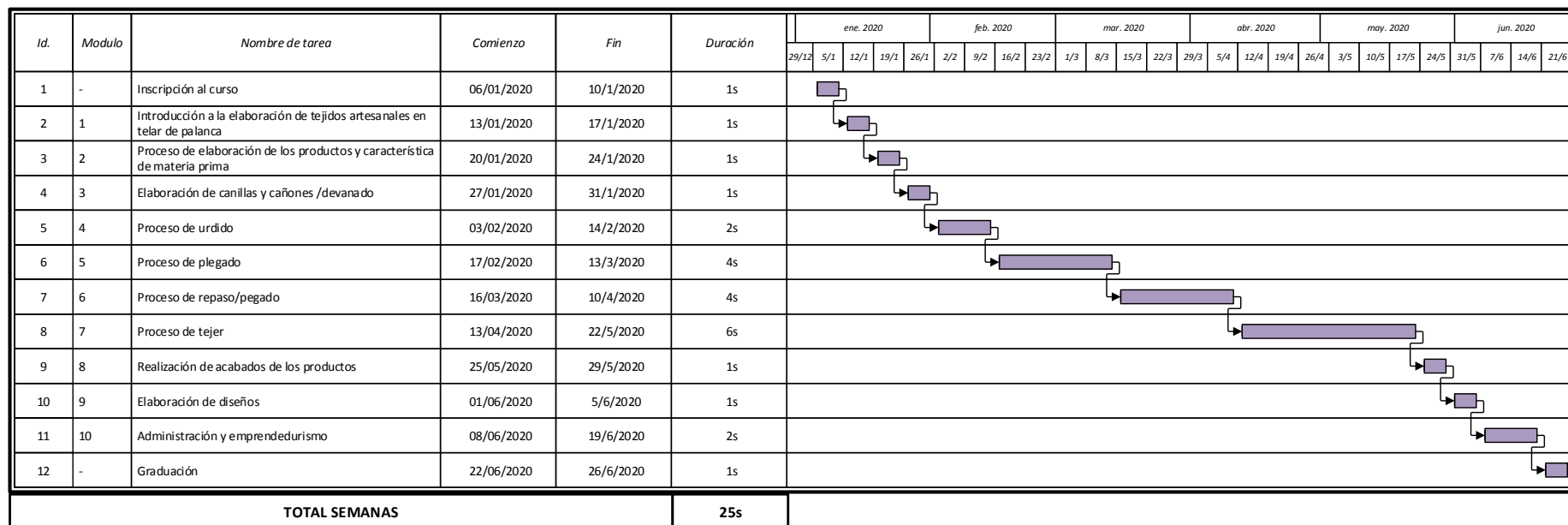


Ilustración 19 Cronograma de actividades curso 01-año 1



Curso 02-año 1 de implementación.

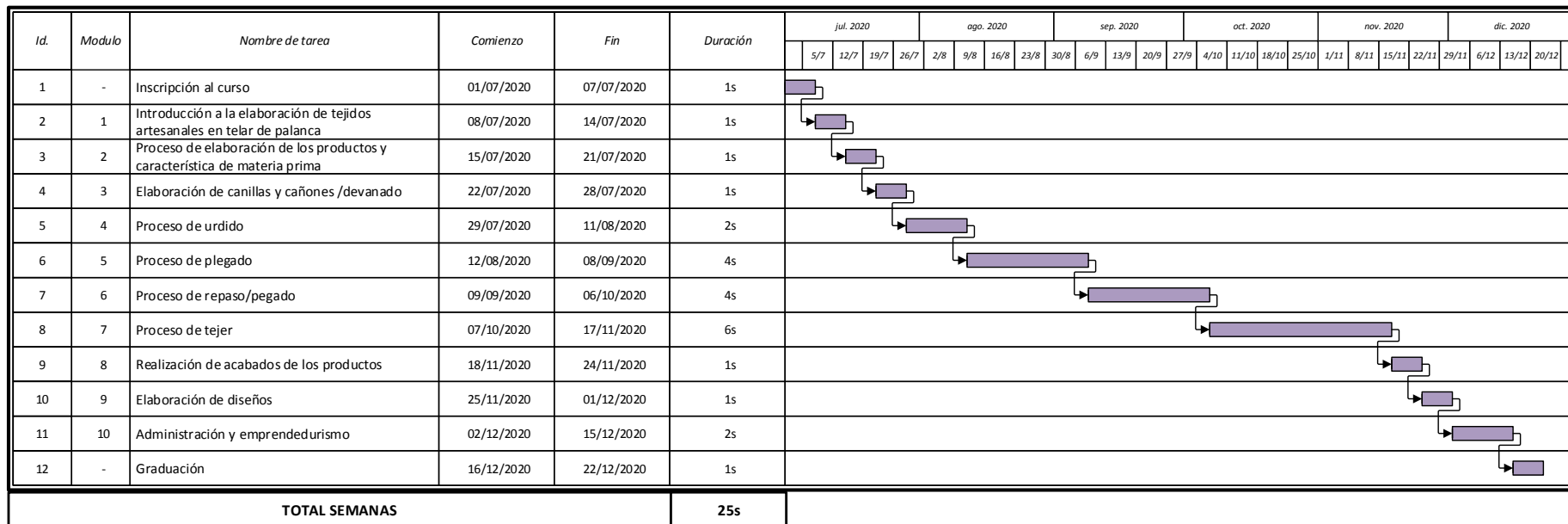


Ilustración 20 Cronograma de actividades curso 02- año 1

### 2.1.2.12 Requisitos de Selección de Participantes

#### Perfil de Mercado abastecedor de la escuela

<b>Genero</b>	Indiferente
<b>Rango de edad</b>	16-35 años
<b>Lugar de Residencia</b>	Municipio de San Sebastián, San Vicente
<b>Nivel de escolaridad</b>	Saber leer y escribir
<b>Ocupación</b>	Indiferente
<b>Conocimientos del oficio</b>	Personas con conocimientos parciales o sin conocimientos del oficio artesano textil
<b>Horario</b>	Disponibilidad de tiempo en turno matutino, vespertino o fines de semana.

Tabla 196 perfil de abastecedor de escuela

En caso de que el número de solicitantes de participación al curso supere la cantidad de cupos disponibles, la selección se realizara en base al orden de entrega de solicitudes. Quienes no obtengan cupo a iniciar, tendrán prioridad en la selección para el siguiente periodo de inscripción.

### 2.1.2.13 Requisitos de Selección de Capacitadores

#### Perfil del Artesano

Los artesanos instructores deben cumplir con los siguientes requisitos.

Atributo/Cualidad	Tipo/Categoría	Descripción
<b>Del Artesano</b>		
<b>Edad</b>	Mayor de edad.	El artesano instructor debe ser una persona mayor de 21 años, que sea responsable, con amplia experiencia en el oficio y que sepa dirigir a los alumnos.
<b>Genero</b>	Indiferente	No se tiene una preferencia al respecto. En este sentido se

		pretende ser inclusivo, dando igual oportunidad a hombres y mujeres de trabajar como instructores en la Escuela Taller.
<b>Características Psicosociales</b>	Buena comunicación verbal Seguridad en sí mismo Empatía Responsable Confiable Respetuoso Observador	El instructor debe de contar con todas las cualidades que le den el liderazgo y el respeto de los alumnos.
<b>En el Oficio</b>		
<b>Cargos/Ocupación</b>	Tejedor Urdidor Canillero Manguillero	Los artesanos instructores pueden también ser empleados en el trabajo de producción, dividiendo su jornada entre ambas actividades. En producción los cargos a desempeñar son los de cada etapa del proceso.
<b>Conocimiento del proceso</b>	Total	Los artesanos instructores deben conocer todo el proceso de elaboración de los productos, debido a que impartirán las técnicas en cada una de las etapas del proceso.  A excepción de aquellas operaciones o etapas del proceso, donde no se encuentre un artesano

		con los conocimientos específicos, y se tenga que emplear a una persona que no sea artesano.
<b>Experiencia</b>	Por lo menos 3 años	El instructor deberá contar con 3 años de experiencia como mínimo, en que haya desempeñado el oficio en algún taller de telares de San Sebastián o en la misma Escuela Taller.
<b>Tipo de telar</b>	Telar de palanca	Los artesanos tejedores, utilizan los telares de palanca en la elaboración de los productos. El telar utilizado para la enseñanza será únicamente el telar de palanca de San Sebastián, dado que se busca preservar la producción en este equipo.
<b>Capacidad física</b>	Para prevenir Fatiga y Riesgo Laboral.	El artesano deberá contar con una buena condición física, para realizar continuo esfuerzo físico.

Tabla 197 Perfil del Artesano

#### **2.1.2.14 Sistema de Evaluación**

La finalidad del proceso de formación de artesanos textiles de la Escuela Taller es brindar a los aprendices los conocimientos, técnicas y aptitudes necesarias para la práctica del oficio artesanal textil en los telares de San Sebastián.

Dicho proceso de formación debe contar con un sistema de evaluación, que permita determinar el grado de asimilación de los conocimientos, técnicas y el rendimiento mostrado por los aprendices.

La evaluación del aprendizaje es de mucha importancia para medir la efectividad de la formación realizada, para aumentar los conocimientos y habilidades de los participantes.

## Etapas de la evaluación

Las etapas de la evaluación son las siguientes:

- Planear la evaluación
- Diseñar el proceso
- Ejecución de la evaluación
- Producir los resultados



Ilustración 21 Etapas de la evaluación. Fuente: Elaboración propia.

- **Planear la evaluación**

Es la etapa de preparación de la evaluación que se ha planteado, debe realizarse junto con el diseño. En este momento es necesario definir las preguntas básicas de la evaluación o la manera de medir el desempeño en actividades práctica, los resultados y los indicadores que se van a utilizar.

- **Diseñar y preparar la ejecución del proceso de evaluación**

Antes de iniciar la evaluación, es necesario definir un diseño que determine con claridad las distintas etapas de la misma, junto con la especificación de las actividades que se llevarán a cabo, un cronograma para cada una de dichas actividades, los recursos necesarios y el presupuesto para su ejecución.

Es conveniente incorporar estrategias de evaluaciones cualitativas y cuantitativas. Las estrategias cualitativas suponen el uso de técnicas más flexibles para rescatar la asimilación del conocimiento o técnicas y comportamientos, difícil de medir desde perspectivas cuantitativas, como por ejemplo en la evaluación del desempeño de actividades prácticas en las etapas del proceso de elaboración.

- **Ejecución de la evaluación**

Esta etapa es muy práctica y comprende una serie de decisiones y actividades, tales como:

- Definir qué información se necesita recolectar.
- Determinar la persona encargado.
- Elaborar instrumentos.
- Realizar la actividad de evaluación.
- Procesar la información.

Se debe establecer registros, todos los resultados deben ser documentados detalladamente.

- **Producir los resultados**

Esta etapa comprende las siguientes actividades: analizar los datos, elaborar control y entregar de los resultados.

### **Elementos del sistema de evaluación**

El Sistema de Evaluación del curso de formación de artesanos textiles está constituido por varios elementos, que son los siguientes:

- **Definición de los objetivos y metas:** esta parte ya está incluida en el contenido en el plan de formación.
- **Establecimiento de requerimientos de desempeño:** este elemento consiste en definir claramente que es lo que se va medir en relación a la ejecución de las actividades teóricas o prácticas. Los requerimientos de desempeño nos indican que es lo que se está midiendo y la escala de medición correspondiente.
- **Definición de los formatos de evaluación:** el equipo de instructores con la guía del director general de la Escuela Taller, elaborarán los formatos para la evaluación del contenido teórico, en forma de test o examen corto, casos de aplicación de la temática, entregado por escrito. También se deben definir los formatos para la evaluación que los instructores realizarán

mediante la observación del desempeño de los participantes en la ejecución de las etapas del proceso.

- **Medición del desempeño:** esto se refiere a la realización de la evaluación. Debe ser de aplicación fácil, confiable y calificar los aspectos esenciales que permitan determinar el desempeño.
- **Definir quien realiza la evaluación:** por lo general la evaluación será realizada por alguno de los instructores, podrá ser el director general u otro miembro de la institución autorizado para ello.
- **Proceso de evaluación:** este se define desde el momento en que se realice la evaluación, la realización de la misma y la retroalimentación.
- **Evaluación de grupos de trabajo:** medir el resultado obtenido en la realización de actividades grupales, ya sea sobre contenidos teórico o entregable de actividades prácticas.



Ilustración 22 Elementos del Sistema de Evaluación. Fuente: Elaboración propia.

### **2.1.2.15      Normativa de la Escuela Taller**

Para la implementación de una normativa de comportamiento, disciplinaria y de puntualidad en la Escuela Taller se hace necesario contar con las siguientes sanciones a aplicar:

#### **Sanciones**

Sanciones Leves:

- Llamada de atención verbal.

Sanciones Graves:

- Entrevista privada de la persona en capacitación con el director de la escuela.
- Llamado de atención por escrito.
- Anulación de evaluación o tarea en caso de comprobarse fraude.

Sanciones Muy Graves:

- Suspensión temporal.
- Expulsión inmediata.

#### **Normativa disciplinaria:**

- Las personas beneficiarias con la capacitación como artesano textil deben presentarse a la Escuela Taller aseados, con vestimenta apropiada. Sanción aplicada: Leve.
- Deben presentarse puntuales al horario establecido para el inicio de clases, cualquier atraso o falta será registrado por el director o artesano capacitador para efectos de nota por asistencia y puntualidad observado en clases. La salida se realizará de forma ordenada a manera de no dañar las instalaciones de la Escuela Taller. Sanción aplicada: Grave.



- No se permitirá el ingreso de armas de fuego, navajas, cuchillos o cualquier otro objeto que pongan en peligro la integridad física de cualquier miembro o persona que se encuentre dentro de las instalaciones de la Escuela Taller. Sanción aplicada: Muy Grave.
- No se permitirá el uso de aparatos de sonido, teléfonos celulares, o cualquier otro elemento que pueda provocar una distracción durante el desarrollo de clases. Sanción aplicada: Leve.
- Tanto el director, artesanos capacitadores/productores y personas en capacitación serán los responsables de conservar la limpieza de las instalaciones de la escuela taller, mantener en buen estado el mobiliario, equipo, herramientas y demás elementos que se pudieran encontrar dentro de las instalaciones.
- Todo intento de fraude en las actividades de evaluación y tareas a realizar será considerado como falta grave.

#### **Normas de comportamiento en las instalaciones de la Escuela Taller:**

- Hacer buen uso de instalaciones, mobiliario, equipo, herramientas y demás elementos de la Escuela Taller. En caso de incumplimiento la sanción aplicada es: Grave.
- No manchar paredes, mobiliario y otros bienes pertenecientes a la Escuela Taller. Sanción aplicada en caso de incumplimiento: Grave.
- Respetar las pertenencias de las demás personas. Sanción aplicada por incumplimiento: Muy Grave.
- Evitar palabras o gestos obscenos y/o denigrantes dentro y fuera de las instalaciones de la Escuela Taller. Sanción aplicada por incumplimiento: Grave.
- Trabajar de forma ordenada respetando a los demás. Sanción aplicada por incumplimiento: Leve.
- Es responsabilidad de las personas beneficiarias con la capacitación participar en distintas actividades extracurriculares sean estas culturales, cívicas, religiosas o deportivas entre otras que se lleven a cabo en el transcurso de la capacitación. Sanción aplicada por incumplimiento: Grave.

## **Asistencia y Puntualidad**

- Se exige a las personas beneficiadas con la capacitación como artesano textil evitar atrasos y/o ausencias innecesarias.
- Cualquier ausencia o retraso deberá ser justificada con un documento o comprobante que respalde los motivos por los cuales se da la falta. Dicho documento o comprobante será presentado al director de la Escuela Taller y este se encargará de dejar una constancia de la justificación. Si una persona en capacitación presenta más de 3 inasistencias seguidas sin justificación se considerará como abandono del curso.
- Se recibirán justificaciones de inasistencia en los siguientes casos: enfermedades comprobadas con justificación médica, por defunción de un pariente cercano, por participación en actividades culturales, religiosa y deportiva que requieran de su presencia de forma obligatoria. De no presentar la justificación de inasistencia la persona en capacitación pierde el derecho a toda evaluación realizada durante su ausencia.
- Toda persona en capacitación que presente un 25% de inasistencia en horas de duración de un módulo de capacitación queda automáticamente reprobado en dicho modulo en caso de no presentar justificación.

## **En caso de reprobación de cursos de capacitación**

### Reprobación de módulos en curso de capacitación

- Si por a o b motivo una persona en capacitación reprueba uno o más módulos este podrá cursarlos nuevamente en el próximo curso a impartir y podrá graduarse como artesano textil en dicho curso. Esta normativa solo aplica para personas cuya cantidad de módulos reprobados no sea mayor a tres y se podrá cursar en solo dos ocasiones cada módulo.
- Personas con más de tres módulos reprobados durante un curso de capacitación deberán iniciar por completo en cursos futuros a impartir y no serán considerados como prioridad de selección, su matrícula dependerá de la existencia de cupos al cierre de matrícula.

### Reprobación por abandono

- Si la persona reprueba por abandono de la capacitación sin justificación alguna este podrá reintegrarse en futuros cursos con ciertas condicionantes que el director de la escuela estipule convenientes y se aceptara su reintegro siempre y cuando se disponga de cupos en matricula pues personas que no han participado en cursos anteriores se consideraran como prioridad de selección.
- Si la persona reprueba el curso por abandono con justificación aceptable se le permitirá su reintegro en el siguiente curso de capacitación con prioridad de selección sobre nuevos aspirantes.

## 2.2 Ingeniería de los productos textiles artesanales

### 2.2.1 Plan de abastecimiento



Ilustración 23 Hilo utilizado en la formación de artesanos textiles

Dentro del plan de abastecimiento se establece, ciertas características que debe poseer el hilo a requerir, la política sobre la frecuencia y el lapso entre cada abastecimiento de materia prima e insumos realizados, cantidad a requerir, determinación de persona o personas encargadas de realizar la adquisición, procedimiento a realizar para el abastecimiento, establecimiento de un registro de datos sobre la adquisición así como la determinación sobre las condiciones de almacenamiento del hilo adquirido.

#### 2.2.1.1 Descripción de materia prima (Hilo)

##### **Tipos de hilos a utilizar:**

Un hilo es una hebra larga y delgada de un material textil, especialmente la que se usa para coser. La mayor parte de las fibras textiles, salvo la seda y las fibras sintéticas, no exceden de algunos centímetros de longitud, por lo que es necesario el proceso de hilado. Los hilos se emplean ampliamente en la industria textil para coser, tejer, etc. El hilo trenzado, usado en forma de cordón o cuerdas, que pudo ser una de las primeras técnicas textiles, parece claro que fueron empleadas desde el Gravetiense (Paleolítico Superior), a partir de fibras vegetales finas. Se utilizan

diferentes tipos y colores de hilos, dependiendo del color de la tela que se esté confeccionando.

Es importante saber que existen diferentes tipos de hilo que se pueden utilizar para el proceso de enseñanza en el oficio de artesano textil, entre estos están:

- Hilo de algodón.
- Hilo sintético (Poliéster).
- Hilo combinado (cierto porcentaje de algodón y cierto porcentaje sintético).

#### Características Técnicas:

Hilo Algodón	
<b>Composición</b>	<p><b>Tipo de fibra:</b> Algodón CP</p> <p><b>Acabados:</b> Suave o brillante</p> <p><b>Construcción del hilo:</b> Entrelazado</p> <p><b>Aplicación:</b> Pantalones informales, camisas informales, vestidos y faldas, jeans, ropa para niños, sobreteñido.</p> <p>Hilo de fibra cortada 100% de algodón torcido y acabado para lograr un rendimiento óptimo de la costura. Ideal para aplicaciones que requieren fibra natural. Una opción excelente para sobreteñir prendas.</p>
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bajo valor de alargamiento, excelente formación de puntada.</li> <li>• No se ve afectado por el calor o la presión de la aguja. No se funde.</li> <li>• La resistencia del hilo aumenta con la humedad, debido a las características del algodón.</li> <li>• Se puede utilizar para sobreteñir prendas fabricadas con 100% de algodón.</li> <li>• Fabricado con fibras 100% de algodón.</li> <li>• Disponible en natural o color.</li> </ul>
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia de la fibra al ácido: mala.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia de la fibra al álcali: buena.</li> <li>• Resistencia de la fibra a la abrasión: regular.</li> <li>• Resistencia de la fibra al calor: 95 °C (temperatura continua más alta antes de producirse una rotura).</li> <li>• Humedad entre 40% y 60%</li> <li>• Punto de fusión de la fibra: no corresponde (la fibra no se funde).</li> <li>• Las canillas prebobinadas de algodón están disponibles en varios tamaños.</li> </ul>
<b>Tiempo de almacenamiento</b>	No mayor de 6 meses porque este puede cortarse y perder sus propiedades si no se utiliza.
<b>Hilo Sintético (Poliéster).</b>	
<b>Composición</b>	<p><b>Tipo de fibra:</b> Poliéster</p> <p><b>Acabados:</b> Suave o aglutinado</p> <p><b>Construcción del hilo:</b> Monocordón torcido.</p> <p>Hilo de coser monocordón de poliéster de filamento torcido, ideal para coser una amplia gama de productos. Además de su buen rendimiento general y excelente resistencia de costura, su construcción monocordón presenta una sección transversal plana, similar a una cinta, que permite obtener puntadas de bajo perfil.</p>
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más resistencia a la exposición a UV que el hilo de coser de nylon o de poliamida.</li> <li>• Buena resistencia de costura.</li> <li>• La sección transversal plana, parecida a una cinta, brinda un bajo perfil de costura.</li> <li>• Aptitud de costura superior.</li> <li>• Disponible en natural, blanco, negro y color.</li> <li>• Acabado aglutinado o suave.</li> </ul>
<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia de la fibra al ácido: excelente.</li> <li>• Resistencia de la fibra al álcali: regular.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia de la fibra al blanqueador: excelente.</li> <li>• Resistencia de la fibra a la abrasión: buena.</li> <li>• Resistencia de la fibra al calor: 145 °C (temperatura continua más alta antes de producirse una rotura).</li> <li>• Punto de fusión de la fibra: 265 °C.</li> <li>• Se recomienda Anecord Nylon® o Anafil Nylon® en aplicaciones que exigen más resistencia a la abrasión.</li> <li>• Las canillas prebobinadas de poliéster de filamento están disponibles en varios tamaños.</li> </ul>
<b>Tiempo de almacenamiento</b>	No mayor de 6 meses porque este puede cortarse y perder sus propiedades si no se utiliza.
<b>Hilo combinado (cierto porcentaje de algodón y cierto porcentaje sintético).</b>	
<b>Composición</b>	<p><b>Tipo de fibra:</b> Núcleo de poliéster, envoltura de algodón.</p> <p><b>Acabados:</b> Suave</p> <p><b>Construcción del hilo:</b> Fibrofilamento, envoltura de algodón.</p> <p>Hilo de coser con fibrofilamento de primera calidad fabricado con filamento continuo de poliéster y envoltura de fibras cortadas de algodón. Esta construcción produce un hilo de coser de más resistencia que los productos de fibras cortadas. La envoltura de algodón proporciona a las agujas buena resistencia al calor y presenta excelente aptitud de costura.</p>
<b>Ventajas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente aptitud de costura en máquinas de coser manuales y automáticas multidireccionales.</li> <li>• Buena firmeza en la costura y resistencia a la abrasión.</li> <li>• Puede brindar un aspecto de lavado.</li> <li>• Disponible en natural, blanco y color.</li> </ul>

<b>Características</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resistencia de la fibra al ácido: excelente.</li> <li>• Resistencia de la fibra al álcali: regular.</li> <li>• Resistencia de la fibra al blanqueador: excelente.</li> <li>• Resistencia de la fibra a la abrasión: buena.</li> <li>• Resistencia de la fibra al calor: 145 °C (temperatura continua más alta antes de producirse una rotura).</li> <li>• Punto de fusión de la fibra: 265 °C.</li> </ul>
<b>Tiempo de almacenamiento</b>	No mayor de 6 meses porque este puede cortarse y perder sus propiedades si no se utiliza.

Tabla 198 Características Técnicas del Hilo a Utilizar.

### **2.2.1.2 Período de abastecimiento**

Se tomará como política interna de la Escuela Taller abastecerse de materia prima trimestralmente y este aprovisionamiento se realizará al inicio de cada trimestre evitando así un déficit de materia prima.

En el caso del hilo requerido principal insumo para la formación de artesanos textiles y elaboración de productos artesanales textiles se realizará su adquisición periódicamente en el lapso de tiempo establecido con anterioridad, mientras que la compra de insumos como papel bond, plumones, borrador y todos los insumos mencionados con anterioridad en el plan de capacitación necesarios para el proceso de enseñanza/aprendizaje para el correcto funcionamiento de la escuela taller se realizará su adquisición al inicio de cada curso de formación. Se determinó esa política de abastecimiento considerando el requerimiento de hilo que se tendrán tanto para la formación de artesanos como el hilo requerido para producción y posterior comercialización de los productos como hamacas, colchas y manteles entre otros.

Se tiene una gran disponibilidad de los diferentes tipos de hilos en abastecedores identificados en la etapa de mercado de este estudio, ellos cuentan con gran cantidad de hilos almacenados y en una amplia gama colores. Otro punto a destacar es que si llega a agotarse siempre hay disponibilidad en tiendas donde pueda encontrarse hilos de este tipo y en los colores que se desee. Los 12 meses

del año se fabrican hilos y se venden en diferentes tiendas en todo el país por lo que no se tendría problemas para abastecerse durante los doce meses del año.

### 2.2.1.3 Cantidad a requerir de materia prima

La producción de los productos textiles artesanales variara trimestralmente esto se determina a partir de datos de consumo obtenidos en la pregunta 11 de cuestionario realizado a consumidores textiles artesanales en estudio de mercado consumidor desarrollado en etapa de diagnóstico. Quedando la adquisición de materia prima (hilo) de la siguiente manera:

Productos	Cantidad de hilo a adquirir 1º trimestre (lb)	Cantidad a producir	Cantidad de hilo a adquirir 2º trimestre (lb)	Cantidad a producir	Cantidad de hilo a adquirir 3º trimestre (lb)	Cantidad a producir	Cantidad de hilo a adquirir 4º trimestre (lb)	Cantidad a producir
Hamaca	1851,84	634	1660,74	568	3545,62	1213	745,23	255
Mantel	279,76	271	301,56	292	0,00	0	627,25	608
Individual	215,60	518	232,40	558	0,00	0	483,39	1161
Colcha	892,89	348	888,43	347	0,00	0	1026,63	401
<b>Total</b>	<b>3240,09</b>		<b>3083,13</b>		<b>3545,62</b>		<b>2882,50</b>	

Tabla 199 Cantidad a adquirir de materia prima por trimestre (HILO). Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos sobre UBPP y propuesta de producción trimestral presentada para año 1 de funcionamiento de Escuela Taller.

Para la determinación de la cantidad de hilo a requerir trimestralmente durante el primer año de funcionamiento de la Escuela Taller se hace necesario el auxilio de los datos siguientes:

- Cantidad de productos a producir obtenidos de: Propuesta para producción trimestral de UBPP por productos para año 1. Ver datos en página 441.
- Cantidad de hilo utilizado por unidad producida (Lb).



Productos	Cantidad de hilo utilizado por unidad producida (lb)
Hamaca	2,9230
Mantel	1,0317
Individual	0,4165
Colcha	2,5633

Tabla 200 Cantidad de hilo utilizado por unidad producida. Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos en visitas realizadas a talleres artesanales textiles de San Sebastián.

Con los datos anteriores se realiza la siguiente operación matemática para la obtención de la cantidad de hilo a adquirir trimestralmente:

*Cantidad de hilo a adquirir trimestralmente*

*= cantidad a producir \* cantidad de hilo requerido por unidad*

#### **2.2.1.4 Encargadas de la logística de aprovisionamiento**

- Junta Directiva
- Director de Escuela Taller
- Artesanos Facilitadores y Productores

Dichas personas serán las encargadas de la realización de adquisición de maquinaria, mobiliario, equipo, materia prima e insumos necesarios para el proceso de formación de artesanos, producción y comercialización de productos textiles artesanales, así como también serán los encargados de velar por el correcto funcionamiento de la Escuela Taller y las respectivas decisiones a tomar durante el desarrollo del curso de formación.

#### **Funciones a realizar dentro de la logística de aprovisionamiento**

Junta Directiva:

- Estudiar, evaluar y aprobar o rechazar propuestas de adquisición de maquinaria, mobiliario y equipo.

Director de Escuela Taller:

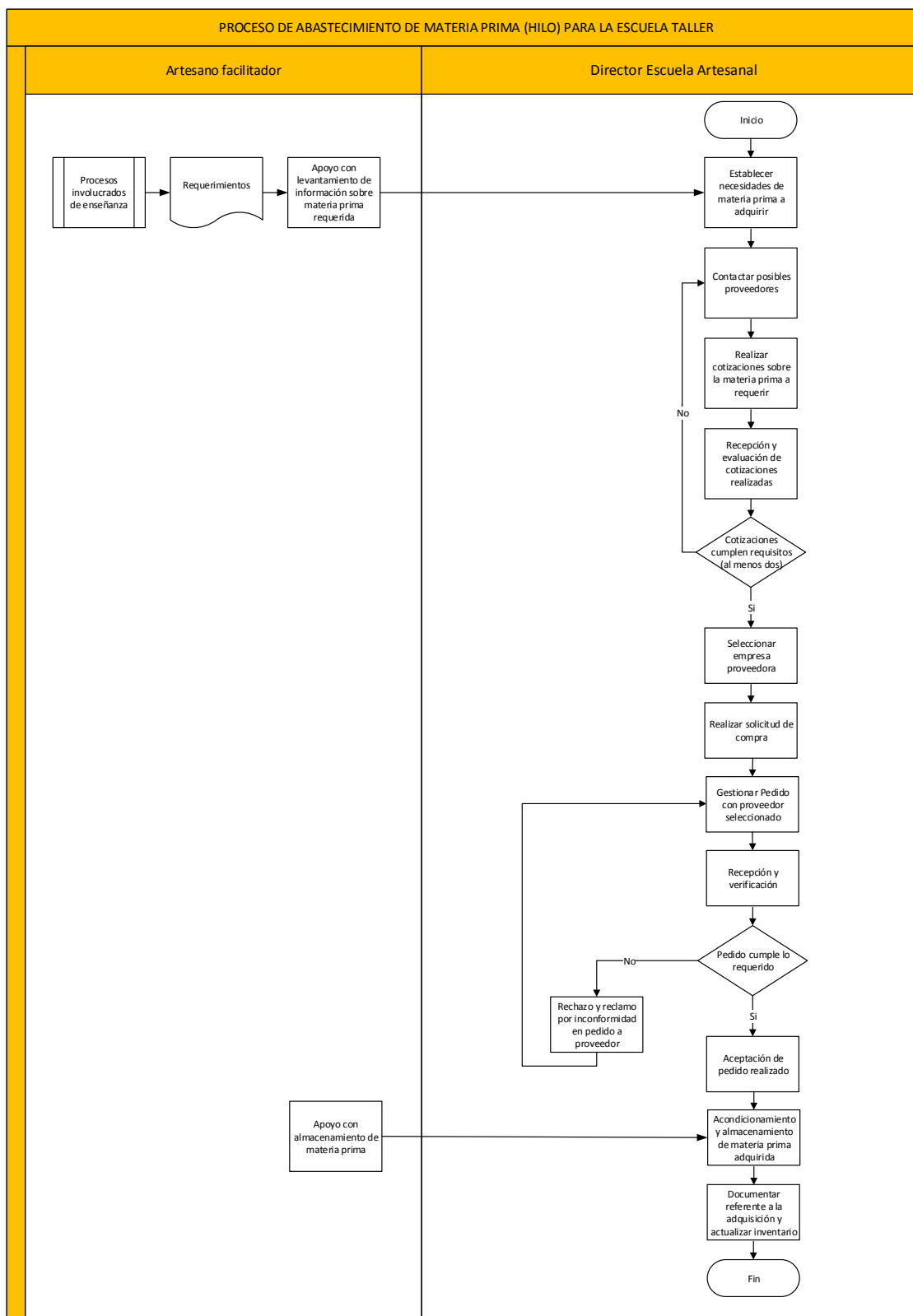
- Determinar qué adquirir (cantidad, características técnicas, monto y cuando realizar adquisición).

- Ubicar entre los proveedores que se tienen habitualmente cual o cuales podrían cumplir con lo que se requiere adquirir.
- Realización de cotizaciones sobre la adquisición a realizar (al menos tres cotizaciones realizadas).
- Evaluación y selección de cotizaciones realizadas.
- Realizar adquisición.
- Documentar todo lo referente a la adquisición realizada (descripción, cantidad, monto, empresa proveedora, etc.).
- Realizar actualización de inventario sobre lo adquirido.

Artesanos Facilitadores y Productores:

- Informar a director de la Escuela Taller sobre las necesidades de abastecimiento de materia prima, insumos, mobiliario y equipo de ser necesario.
- Apoyar en lo referente al proceso de adquisición si se requiere y en el proceso de almacenamiento.

## Diagrama de flujo Proceso de Abastecimiento



### 2.2.1.5 Registro de datos de adquisición

Se es necesario llevar un control adecuado de las adquisiciones de materia prima, insumos o mobiliario adquirido, este control debe de ser realizado para garantizar el correcto funcionamiento del sistema de enseñanza/producción y comercialización establecido por lo que al realizar una compra se deben de registrar datos como los siguientes:

- Fecha de realización de la compra.
- Cantidad de insumos o mobiliario de oficina adquirido.
- Cantidad de desembolso monetario realizado.
- Archivo de las facturas emitidas al momento de realización de la compra.

Además, se debe de disponer de un registro de proveedores con sus datos básicos como: dirección, teléfono, email, catálogo de productos ofertados entre otros.

Se presentan las siguientes fichas a utilizar para realizar el registro de ciertos puntos mencionados anteriormente:

Ficha de registro por abastecimiento de productos:

ESCUELA TALLER DE TELARES SAN SEBASTIÁN									
FICHA DE REGISTRO DE ABASTECIMIENTO									
Fecha	Descripción	MP	I	M	E	Cantidad adquirida	Costo de adquisición	Proveedor	Existencia total de producto

Observaciones:

Donde:

MP: Materia Prima

I: Insumo

M: Mobiliario

E: Equipo

Ficha para registro y control de proveedores de materia prima, insumos, mobiliario y equipo de Escuela Taller:

	ESCUELA TALLER DE TELARES SAN SEBASTIÁN			
	FICHA DE REGISTRO DE PROVEEDORES			
	Productos que ofrece	Dirección	Teléfono	E-mail

**Observaciones:**

### Condiciones de Almacenamiento:

Es de mucha importancia el almacenamiento del hilo y así lograr una mayor duración de este, es por eso que para su cuidado se requieren condiciones monitoreadas regularmente para cuidarse de factores como luz, calor, humedad, resequedad y hongos.

- Los hilos deben almacenarse en la atmósfera más limpia posible y evitando el polvo.

- Guardarse en una bodega que se encuentre cerca del área de enseñanza, este puede guardarse en cajas encerradas que lo protejan de luz intensa, humedad, sequedad o cualquier otro factor que pueda dañarlo.

Existen parámetros muy comunes para almacenar el hilo de manera efectiva, entre estos parámetros se tienen:

<b>Parámetros a considerar para almacenaje</b>	
<b>Frecuencia de uso</b>	Se deben almacenar con base a prioridad de uso, es decir los colores que más se utilizan encima de los demás ya que son los que generalmente deben estar al alcance.
<b>Aplicación</b>	El hilo también puede almacenarse en base a su aplicación es decir la Escuela Taller puede tener el hilo almacenado para hamaca, colchas o manteles en distintos contenedores según sea su finalidad de uso.
<b>Color</b>	Esta es una forma muy usada y divertida de almacenar el hilo, y es en base a colores parecidos, es decir; los tonos de verdes juntos en una caja, los tonos de rojo en otra caja y así con todos los colores.
<b>Tamaño</b>	El hilo se puede organizar efectivamente con base a su Título (grosor).

Tabla 201 Parámetros de Almacenamiento del Hilo

#### **Factores que afectan el almacenaje:**

- Luz
- Temperatura
- Humedad Condiciones de compra

El hilo será comprado por el encargado de la Escuela Artesanal y es él junto a los facilitadores de la enseñanza quienes establecerán los parámetros y condiciones de compra, esta principalmente se fijará en:

- Tono de los colores.
- Título del Hilo (grosor).


- Tipo de Hilo si algodón, sintético o mezcla de estos.
- Limpieza del hilo.

La cantidad a comprar se verá influenciada según la demanda de personas a aprender el oficio y a la dificultad que a estos se les presente para aprender el oficio.

### Control interno para uso de materia prima, insumos, mobiliario y equipo de Escuela Taller.

Se hace necesario llevar un control interno sobre el uso de materia prima, insumos, mobiliario y equipo que tanto personal de la Escuela Taller como alumnos dan a este es por eso que se presentan las siguientes fichas de control a llenar para la realización de requerimientos, dichas fichas serán manejadas por el director de la institución, así como también es la persona encarga de autorizar o denegar petición de uso. Todo esto se realiza con el objetivo de salvaguardar los recursos de la Escuela Taller:

### Ficha para retiro y uso de materia prima e insumos:

 <b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN</b>			
<b>FORMULARIO DE REQUERIMIENTO DE MATERIALES Y CONTROL DE</b>			
<b>SOBRANTES</b>			
<b>FECHA:</b>		SOLICITADO POR:	
		FIRMA:	
<b>REQUERIDO PARA</b>	PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN <input type="checkbox"/>		CAPACITACIÓN <input type="checkbox"/>
<b>Nº</b>	<b>MATERIAL</b>	<b>CANTIDAD DE SALIDA</b>	<b>SOBRANTE</b>

<b>FIRMA DE AUTORIZACIÓN:</b>			
<b>OBSERVACIONES:</b>			

Ficha para control de productos elaborados por alumnos:

		<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN</b>				
<b>FORMULARIO DE INVENTARIO DE PRODUCTOS ELABORADOS POR LOS ALUMNOS</b>						
<b>FECHA:</b>		<b>CAPACITADOR:</b>				
<b>MODULO:</b>		<b>FIRMA:</b>				
<b>Nº</b>	<b>ALUMNO</b>	<b>PRODUCTOS</b>	<b>ESTADO</b>	<b>INICIADO</b> EL	<b>FINALIZADO</b> EL	
<b>OBSERVACIONES</b>						



**Ficha para solicitud de uso de mobiliario o equipo de la Escuela Taller:**

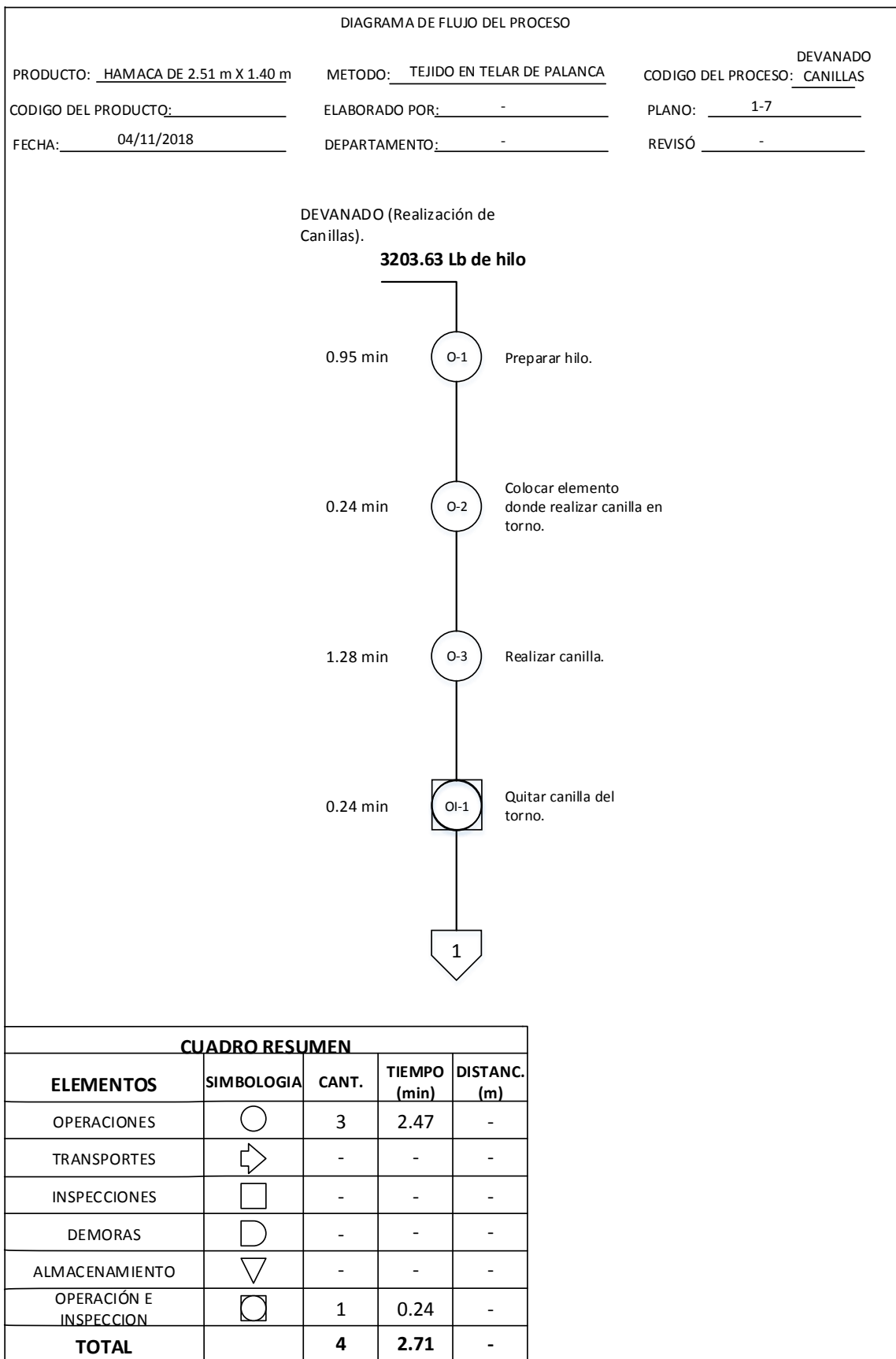
 <b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN</b>			
<b>FORMULARIO PARA USO DE EQUIPO Y HERRAMIENTAS DE LA ESCUELA TALLER</b>			
<b>FECHA:</b>		SOLICITADO POR:	
		FIRMA:	
<b>REQUERIDO PARA:</b>	PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN <input type="checkbox"/>	FORMACIÓN <input type="checkbox"/>	
Nº	MOBILIARIO O EQUIPO	UNIDADES DE SALIDA	UNIDADES DE ENTRADA
<b>FIRMA DE AUTORIZACIÓN:</b>			
<b>OBSERVACIONES:</b>			

### 2.2.2 Procesos productivos



# *НАМАСА*



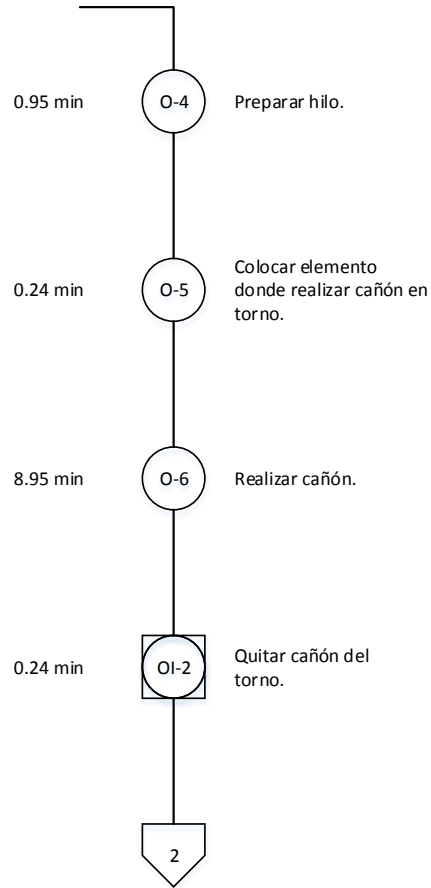


# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: HAMACA DE 2.51 m X 1.40 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: DEVANADO CAÑONES  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ PLANO: 2-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ REVISÓ \_\_\_\_\_

DEVANADO (Realización de Cañones).

4743.22 Lb de hilo



## CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	10.14	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>10.38</b>	<b>-</b>

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: HAMACA DE 2.51 m X 1.40 m

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: URDIMBRE

CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_

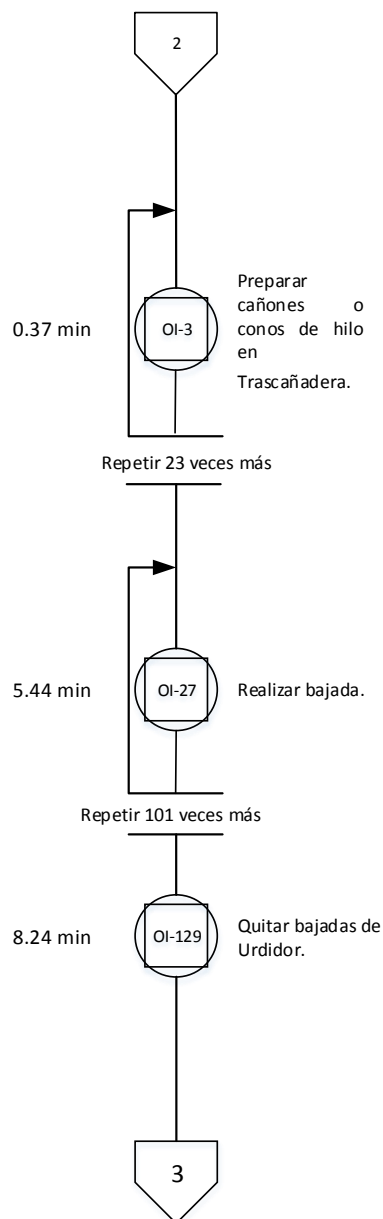
ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ -

PLANO: 3-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ -

REVISÓ \_\_\_\_\_ -



## CUADRO RESUMEN

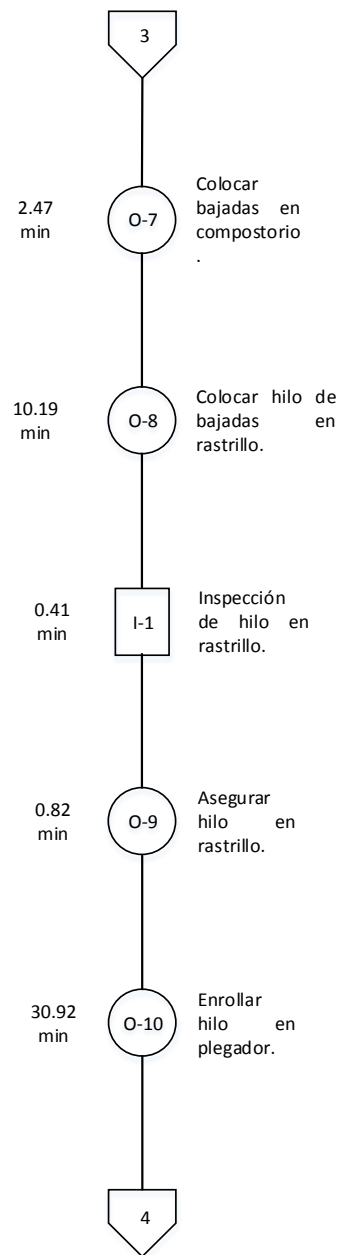
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	-	-	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	D	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	127	572	-
<b>TOTAL</b>		<b>127</b>	<b>572</b>	-

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: HAMACA DE 2.51 m X 1.40 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: PLEGADO

CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ - PLANO: 4-7

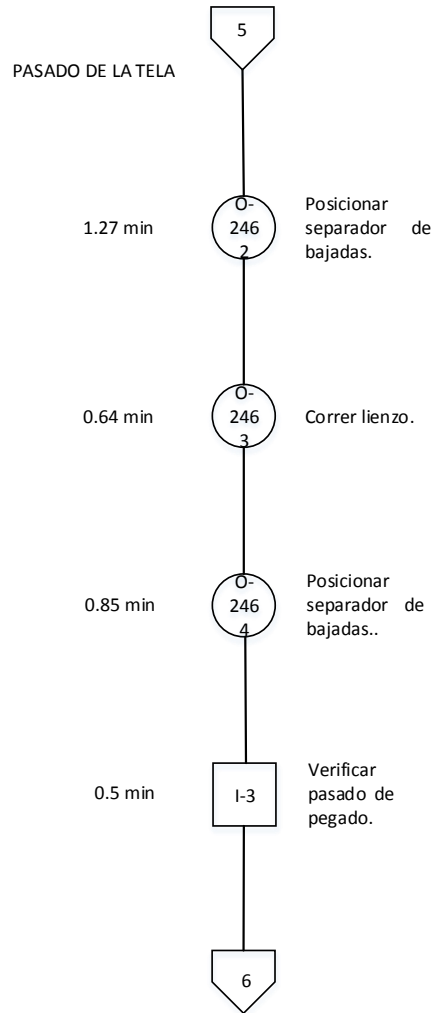
FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO \_\_\_\_\_ - REVISÓ \_\_\_\_\_ -



CUADRO RESUMEN				
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	4	44.4	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.41	-
DEMORAS	D	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>44.81</b>	<b>-</b>

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: HAMACA DE 2.51 m X 1.40 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA PASADO DE  
 CODIGO DEL PRODUCTO: CODIGO DEL PROCESO: TELA  
 ELABORADO POR: - PLANO: 6-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: - REVISÓ -



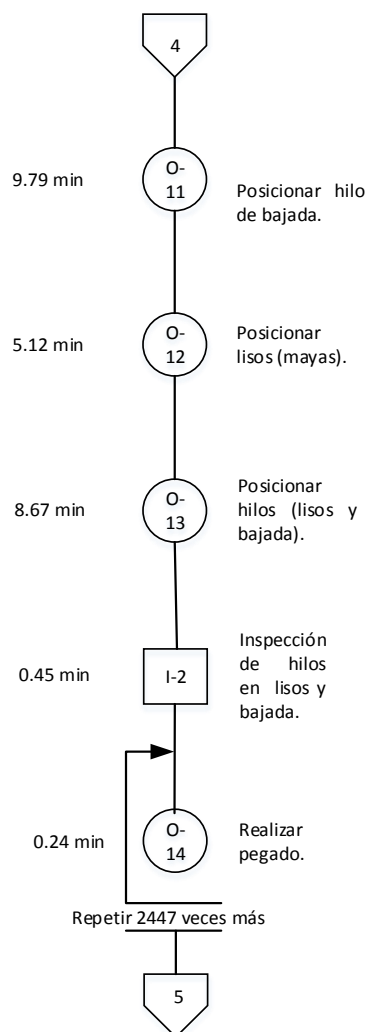
## CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.76	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.5	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>3.26</b>	<b>-</b>



# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: HAMACA DE 2.51 m X 1.40 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: PEGADO  
 CODIGO DEL PRODUCTO:                      ELABORADO POR: - PLANO: 5-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: - REVISÓ -



CUADRO RESUMEN				
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	2451	611.1	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.45	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>2452</b>	<b>611.55</b>	<b>-</b>

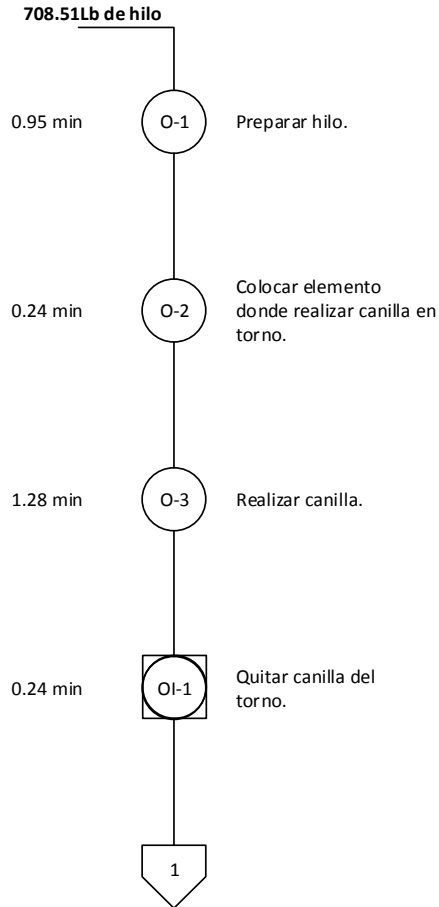
# *MANTÉL*



DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: MANTELO DE 0.89 X 0.84 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: DEVANADO CANILLAS  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ PLANO: 1 - 7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ REVISÓ \_\_\_\_\_

DEVANADO (Realización de Canillas).



CUADRO RESUMEN

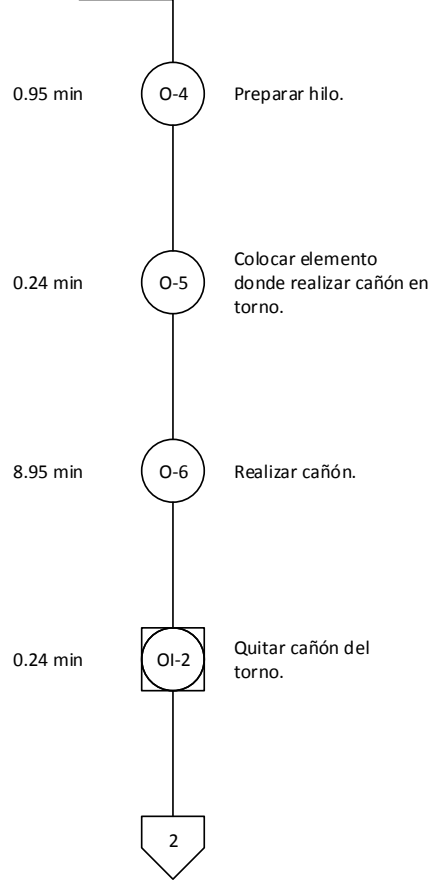
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.47	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>2.71</b>	<b>-</b>

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: MANTEL DE 0.89 X 0.84 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: DEVANADO CAÑONES  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ PLANO: 2-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ REVISÓ \_\_\_\_\_

DEVANADO (Realización de Cañones).

510.45 Lb de hilo



## CUADRO RESUMEN

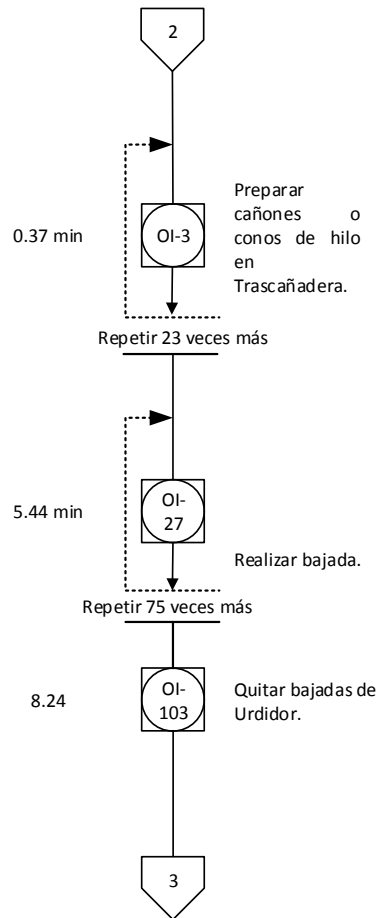
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	10.14	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>10.38</b>	<b>-</b>

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO**

PRODUCTO: MANTEL DE 0.89 X 0.84 m  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_  
 FECHA: 04/11/2018

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA  
 ELABORADO POR: -  
 DEPARTAMENTO: -

CODIGO DEL PROCESO: URDIMBRE  
 PLANO: 3-7  
 REVISÓ -



**CUADRO RESUMEN**

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	-	-	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	101	430.56	-
<b>TOTAL</b>		<b>101</b>	<b>430.56</b>	-

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: MANTEL DE 0.89 X 0.84 m

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: PLEGADO

CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_

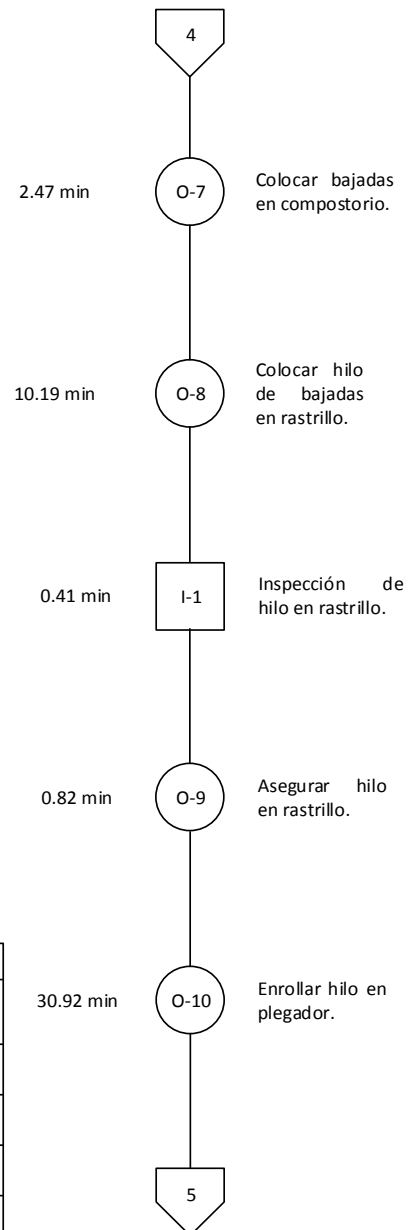
ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ -

PLANO: 4-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ -

REVISÓ \_\_\_\_\_ -

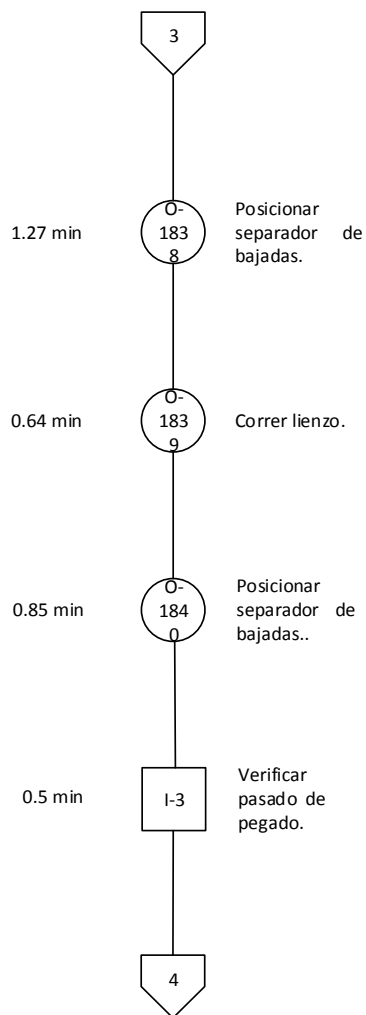


## CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	4	44.4	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.41	-
DEMORAS	D	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>44.81</b>	<b>-</b>

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: MANTEL DE 0.89 X 0.84 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PASADO DE  
 PROCESO: TELA  
 CODIGO DEL PRODUCTO:                      ELABORADO POR: - PLANO: 6-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: - REVISÓ -



## CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.76	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.5	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>3.26</b>	<b>-</b>

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: MANTEL DE 0.89 X 0.84 m

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: PEGADO

CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_

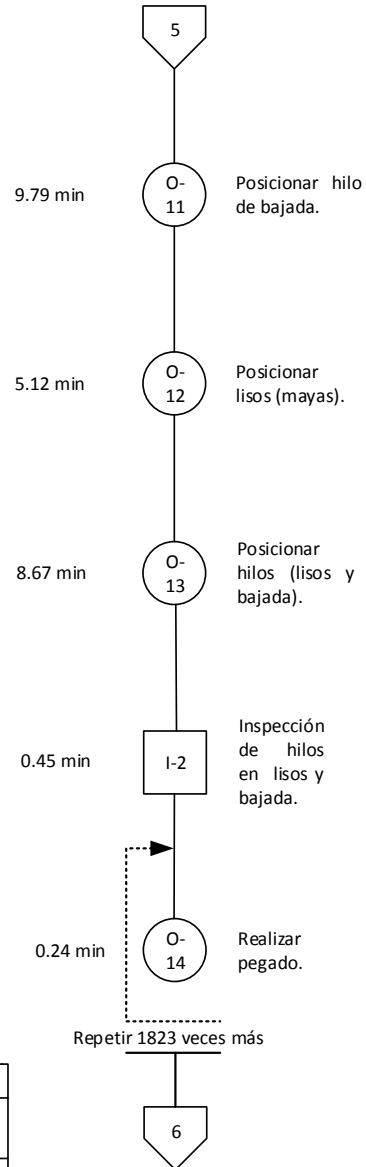
ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

PLANO: 5-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

REVISÓ \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_



CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	1827	461.34	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.45	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>1828</b>	<b>461.79</b>	<b>-</b>





# *INDIVIDUAL*

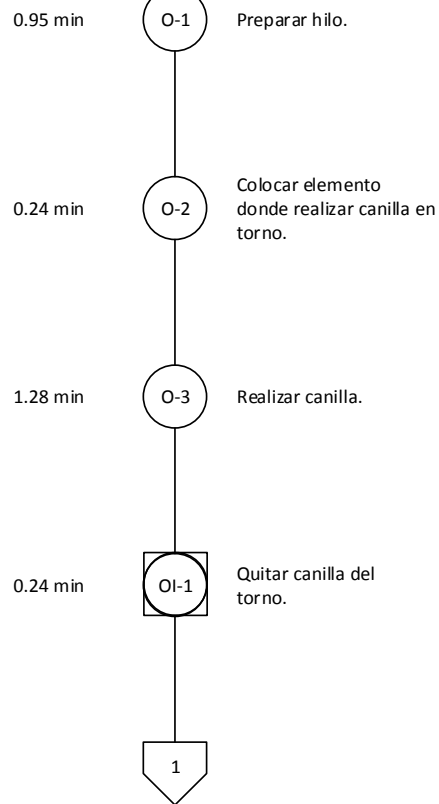


# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: INDIVIDUAL DE 0.40 m X 0.385 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA DEVANADO  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ CODIGO DEL PROCESO: CANILLAS  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ PLANO: 1-7  
 REVISÓ \_\_\_\_\_

DEVANADO (Realización de Canillas).

636.05Lb de hilo



## CUADRO RESUMEN

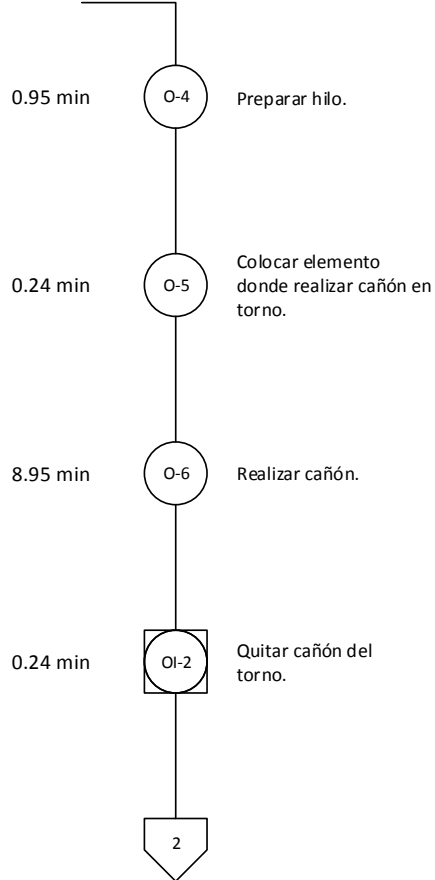
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.47	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>2.71</b>	-

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO**

PRODUCTO: <u>INDIVIDUAL DE 0.40 m X 0.385 m</u>	MÉTODO: <u>TEJIDO EN TELAR DE PALANCA</u>	CÓDIGO DEL PROCESO: <u>DEVANADO CAÑONES</u>
CÓDIGO DEL PRODUCTO: _____	ELABORADO POR: <u>-</u>	PLANO: <u>2-7</u>
FECHA: <u>04/11/2018</u>	DEPARTAMENTO: <u>-</u>	REVISÓ <u>-</u>

DEVANADO (Realización de Cañones).

**303.76 Lb de hilo**

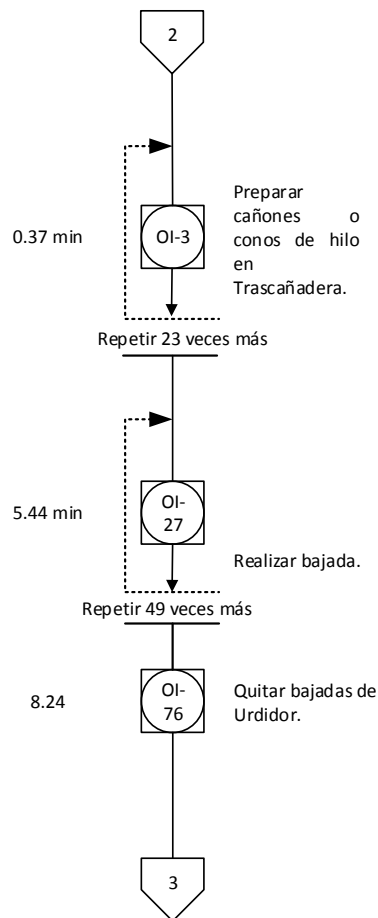


**CUADRO RESUMEN**

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	10.14	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>10.38</b>	<b>-</b>

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO**

PRODUCTO: INDIVIDUAL DE 0.40 m X 0.385 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: URDIMBRE  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ PLANO: 3-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ REVISÓ \_\_\_\_\_



CUADRO RESUMEN				
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	-	-	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	75	289.12	-
<b>TOTAL</b>		<b>75</b>	<b>289.12</b>	-

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: INDIVIDUAL DE 0.40 m X 0.385 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: PLEGADO

CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_

ELABORADO POR: \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

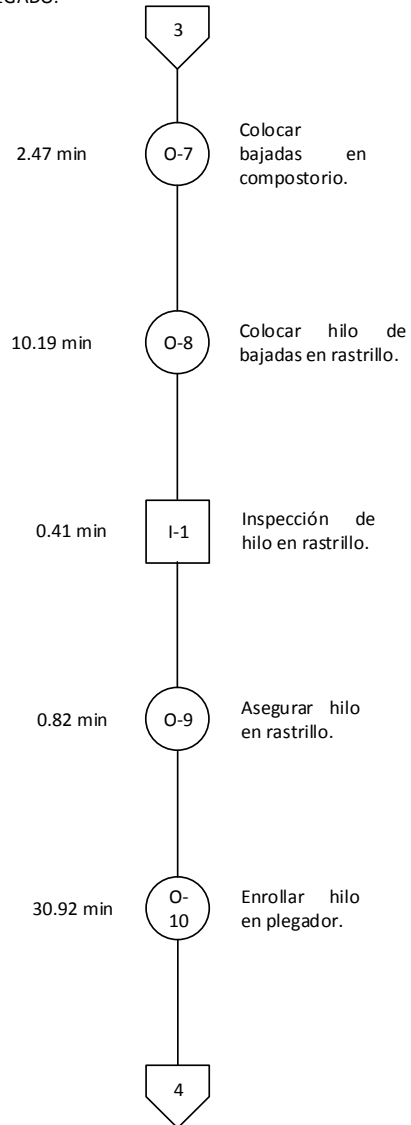
PLANO: 4-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

REVISÓ \_\_\_\_\_ - \_\_\_\_\_

PLEGADO.

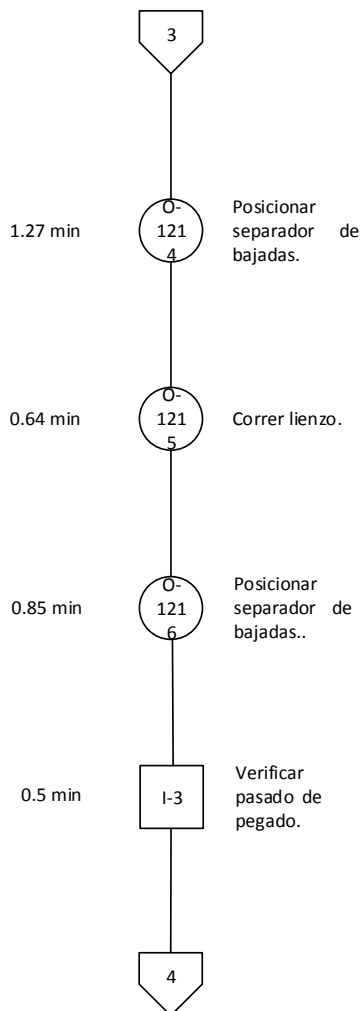


CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	4	44.4	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.41	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>44.81</b>	<b>-</b>

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

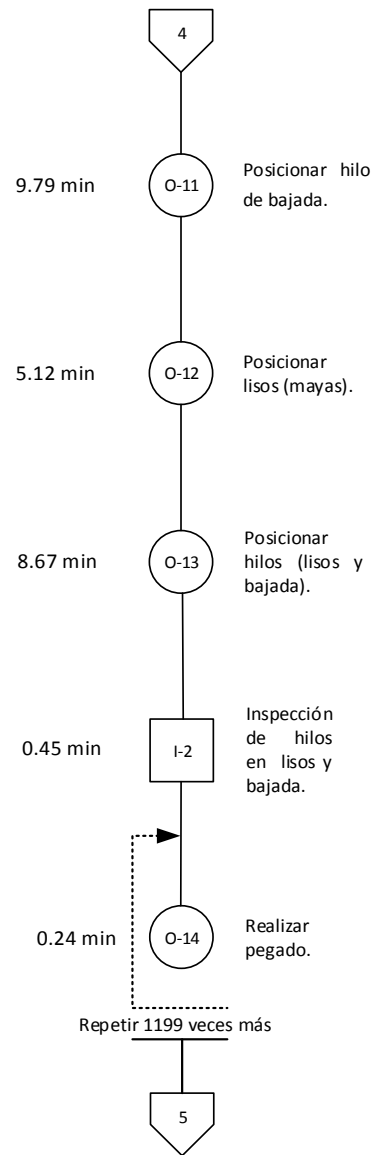
PRODUCTO: INDIVIDUAL DE 0.40 m X 0.385 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA PASADO DE  
 CODIGO DEL PRODUCTO:                      ELABORADO POR:                     - CODIGO DEL PROCESO: TELA  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO:                     - PLANO: 6-7  
 REVISÓ                     -



CUADRO RESUMEN				
ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.76	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.5	-
DEMORAS	⏸	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>3.26</b>	<b>-</b>

# DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: INDIVIDUAL DE 0.40 m X 0.385 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: PEGADO  
 CODIGO DEL PRODUCTO: \_\_\_\_\_ ELABORADO POR: - PLANO: 5-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: - REVISÓ -



## CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	1203	311.58	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.45	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>1204</b>	<b>312.03</b>	<b>-</b>





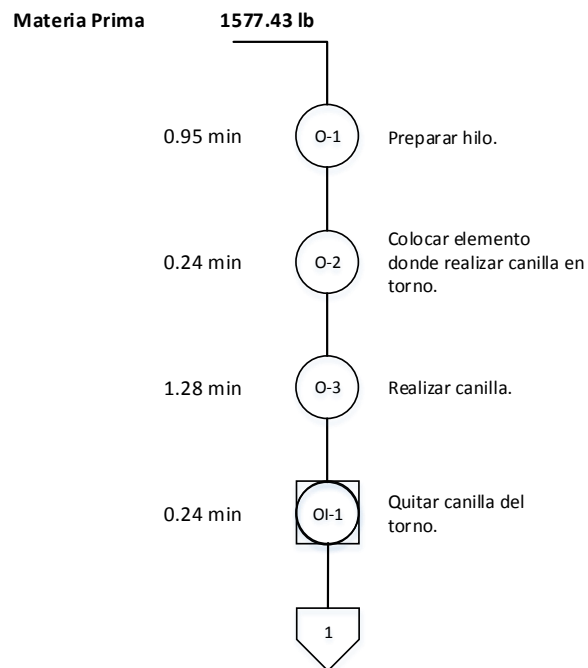
# СОЛСНА



DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: COLCHA DE 2.15 X 1.53 m      METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA      DEVANADO  
 CODIGO DEL PRODUCTO:      ELABORADO POR: -      CODIGO DEL PROCESO: CANILLAS  
 FECHA: 04/11/2018      DEPARTAMENTO: -      PLANO: 1-7  
 REVISÓ -

DEVANADO (Realización de Canillas).



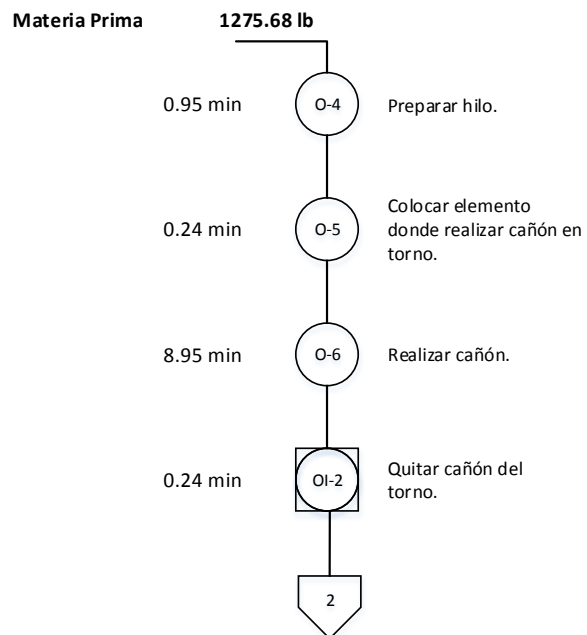
CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.47	-
TRANSPORTES	▶	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>2.71</b>	-

**DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO**

PRODUCTO: <u>COLCHA DE 2.15 X 1.53 m</u>	METODO: <u>TEJIDO EN TELAR DE PALANCA</u>	DEVANADO CODIGO DEL PROCESO: <u>CAÑONES</u>
CODIGO DEL PRODUCTO: _____	ELABORADO POR: _____ -	PLANO: <u>2-7</u>
FECHA: <u>04/11/2018</u>	DEPARTAMENTO: _____ -	REVISÓ _____ -

DEVANADO (Realización de Cañones).



**CUADRO RESUMEN**

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	10.14	-
TRANSPORTES	▶	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	D	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.24	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>10.38</b>	<b>-</b>

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: COLCHA DE 2.15 X 1.53 m

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: URDIDO

CODIGO DEL PRODUCTO:

ELABORADO POR: -

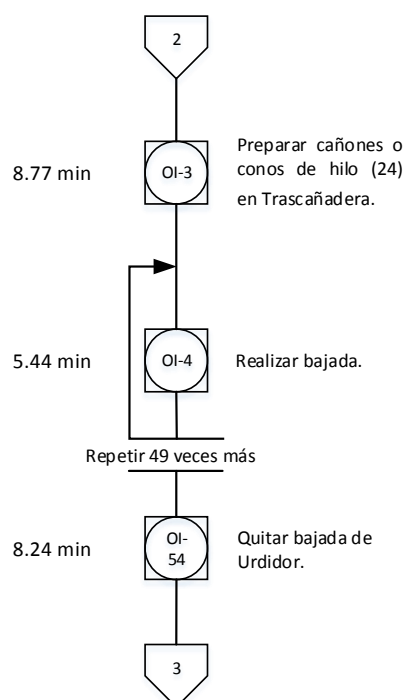
PLANO: 3-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: -

REVISÓ -

URDIMBRE.



CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	-	-	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	52	289.01	-
<b>TOTAL</b>		<b>52</b>	<b>289.01</b>	-

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: COLCHA DE 2.15 X 1.53 m

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: PLEGADO

CODIGO DEL PRODUCTO:

ELABORADO POR: -

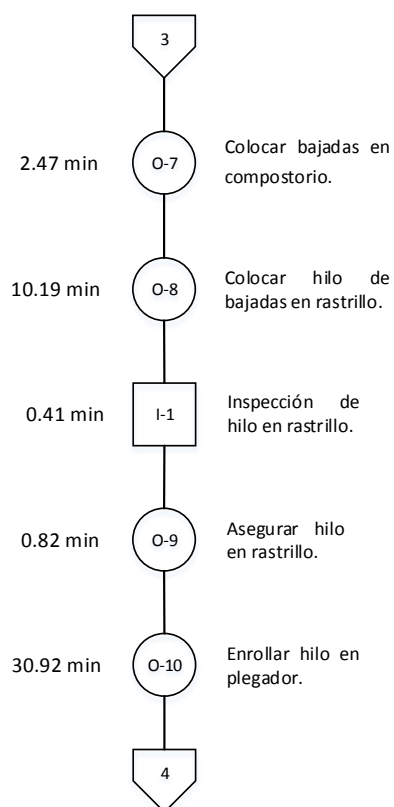
PLANO: 4-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: -

REVISÓ -

PLEGADO.



CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	4	44.40	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	-	-	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	1	0.41	-
<b>TOTAL</b>		<b>5</b>	<b>44.81</b>	<b>-</b>

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: COLCHA DE 2.15 X 1.53 m

METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA

CODIGO DEL PROCESO: PEGADO

CODIGO DEL PRODUCTO:

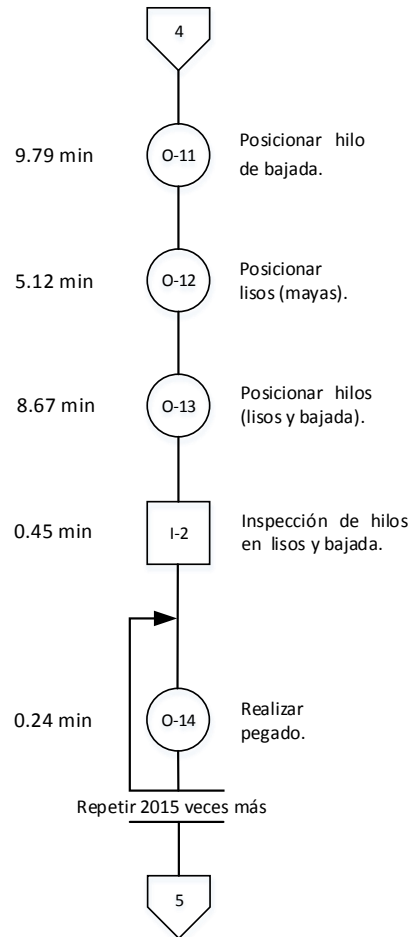
ELABORADO POR: -

PLANO: 5-7

FECHA: 04/11/2018

DEPARTAMENTO: -

REVISÓ -

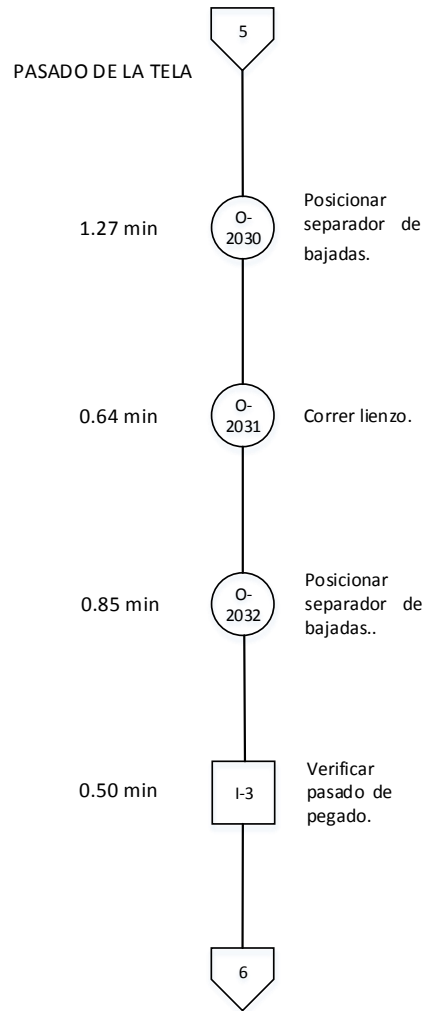


CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	2019	507.42	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.45	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>2020</b>	<b>507.87</b>	-

DIAGRAMA DE FLUJO DEL PROCESO

PRODUCTO: COLCHA DE 2.15 X 1.53 m METODO: TEJIDO EN TELAR DE PALANCA CODIGO DEL PROCESO: PASADO DE TELA  
 CODIGO DEL PRODUCTO: ELABORADO POR: - PLANO: 6-7  
 FECHA: 04/11/2018 DEPARTAMENTO: - REVISÓ -



CUADRO RESUMEN

ELEMENTOS	SIMBOLOGIA	CANT.	TIEMPO (min)	DISTANC. (m)
OPERACIONES	○	3	2.76	-
TRANSPORTES	➡	-	-	-
INSPECCIONES	□	1	0.50	-
DEMORAS	⌒	-	-	-
ALMACENAMIENTO	▽	-	-	-
OPERACIÓN E INSPECCION	◻	-	-	-
<b>TOTAL</b>		<b>4</b>	<b>3.26</b>	<b>-</b>





## 2.3 Plan de Producción

Toda empresa bien organizada está en la obligación de planear su producción para evitar tener problemas en el proceso productivo lo menos posible, en el plan de producción se deben tomar en cuenta ciertos aspectos que se supone sucederán en un período de tiempo determinado.

Para realizar este plan se tomarán en cuenta ciertos factores tales como tiempo a laborar en el año, eficiencia, pronósticos de venta y se trabajará con una tasa de producción constante a lo largo de los 5 años.

### 2.3.1 Pronóstico de producción

De acuerdo a datos obtenidos en toma de tiempos de las operaciones para la elaboración de productos textiles artesanales en talleres del Municipio de San Sebastián, los pronósticos de producción para los años 1, 2, 3, 4 y 5 de funcionamiento son los siguientes:

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Hamaca</b>	2607,92	3108,92	3651,09	4145,22	4694,26	18207,41
<b>Mantel</b>	1145,47	1309,32	1603,66	1820,69	2061,84	7940,98
<b>Individual</b>	2186,80	2499,60	3061,53	3475,87	3936,25	15160,05
<b>Colcha</b>	1070,09	1275,66	1498,13	1663,37	1926,16	7433,41
<b>Total</b>	<b>7010,29</b>	<b>8193,50</b>	<b>9814,40</b>	<b>11105,15</b>	<b>12618,52</b>	<b>48741,85</b>

Tabla 202 Pronósticos de producción del año 1-5 sin consideración el tiempo de preparación y montaje. Fuente: Elaboración propia a partir de datos de tiempos de producción obtenidos en taller Barahona y taller El Portalito.

Además, se consideró tiempo de preparación de telares, número de telares por producto a producir y montaje de materia prima en estos para la obtención de los datos anteriores.

Proceso de determinación de cálculos anteriores ver en: Anexo 8.

### 2.3.2 Política Laboral

La estimación de las horas laborales se basa en los siguientes aspectos:

### 2.3.2.1 Jornada Normal de Trabajo

Para planificar la producción es necesario establecer en primer lugar la jornada normal de trabajo, para lo cual se establece la siguiente política de trabajo como sigue:

Política de la jornada normal de trabajo	
Número de turnos al día	1 turno
Número de horas laborales/día	4 horas (1 pm a 5 pm)
Días laborales de trabajo/semana	días (de lunes a sábado)
Días no laborales de trabajo/semana	1 días
Número de días laborales al año	$365 - (\text{Días no laborales/semana} \times 52 \text{ semanas/año}) - \text{asunto.}$

Tabla 203 Política de la jornada normal de trabajo. Fuente: Elaboración propia.

### 2.3.2.2 Días de Asueto:

Según el Código de Trabajo (Artículo 190), son considerados días de asueto nacional remunerado los siguientes:

- 1 de enero.
- Jueves, viernes y sábado de la Semana Santa.
- 1 y 10 de mayo
- 17 de junio
- 5 y 6 de agosto.
- 15 de septiembre
- 2 de noviembre.
- 25 de diciembre.

A continuación, se muestra el cálculo de los días laborales según calendario laboral para 5 años a partir de funcionamiento del área productiva de la escuela taller con sus respectivos días de asueto y días laborales:

Año	Días/año	Domingos/año	Días de Asueto/año	Días Laborales/año
1	366	52	10	304
2	365	52	11	302
3	365	52	9	304
4	365	53	10	302
5	366	52	10	304

Tabla 204 Días laborales al año periodo 1-5. Fuente: Elaboración propia.

### 2.3.3 Política de Inventario de Productos Terminados

Al terminar cada año, la empresa debe disponer de inventarios de producto terminado con los cuales debe respaldarse la venta prevista para el siguiente año. La política de inventario para el producto terminado se manejará de acuerdo a un volumen de ventas de 6 días para cada uno de los cuatro productos: Hamacas, manteles, individuales y colchas, además se hará uso del sistema PEPS (primero que entra, primero que sale tanto para bodega de Materia prima como para Producto Terminado) para el manejo de dicho inventario. Esto, con el fin de mantener una cantidad de productos que sirvan de abastecimiento a un posible pedido extra o fallas en la producción

### 2.3.4 Cálculo del pronóstico de stock, producción y ventas

Teniendo los datos de los pronósticos de cada uno de los productos textiles artesanales que se requieren para los años del 1-5 de funcionamiento, los datos de los días laborales por año y la política de inventario de producto terminado se calculan las unidades buenas que se deben producir para cada mes que permitan satisfacer tanto las ventas y mantener los niveles de seguridad estipulado por la política de inventario, se procede a calcular de la siguiente manera:

$$Produccion = V + If - Ii$$

Dónde:

- Producción = Unidades Buenas que se deben Producir en el mes
- V = Ventas del mes
- If = Inventario Final del mes
- Ii (stock) = Inventario Inicial del mes

La fórmula para el cálculo del inventario final se establece de la siguiente manera:

$$\text{Inventario final} = \left( \frac{\text{Venta}}{\text{Días Laborales por año}} \right) \times \text{Politica de Inventario}$$

### 2.3.5 Inventario, Producción y Ventas

Productos	Año 1			Año 2			Año 3			Año 4			Año 5			Total		
	I	P	V	I	P	V	I	P	V	I	P	V	I	P	V	I	P	V
Hamaca	0	2670	2608	62	3119	3109	72	3661	3651	82	4156	4145	93	4910	4694	309	18516	18207
Mantel	0	1171	1145	26	1315	1309	32	1608	1604	36	1825	1821	41	2156	2062	135	8076	7941
Individual	0	2236	2187	50	2510	2500	60	3070	3062	69	3485	3476	78	4115	3936	257	15417	15160
Colcha	0	1095	1070	25	1280	1276	30	1502	1498	33	1668	1663	38	2014	1926	126	7559	7433

Tabla 205 Inventario, producción y ventas años del 1 al 5 de funcionamiento.

Fuente: Elaboración Propia.

### 2.3.6 Unidades Buenas a Producir (UBPP)

Para realizar el cálculo de la Unidades Buenas a Planificar Producir, el porcentaje de defectuosos en el proceso de elaboración las hamacas, manteles, individuales y colchas es considerado cero por la naturaleza artesanal del producto además que el material defectuoso se puede utilizar en otro proceso, dependiendo de las condiciones de este.

En las visitas realizadas a los talleres de telares de San Sebastián se recabo información referente al nivel de defectuosos que se tiene en el proceso de producción, con estos datos se determina un porcentaje de defectuosos igual a:

% De defectuosos: 0.0%

Defectuosos:

Entre las causas que darían origen a los productos defectuosos son:

- La rotura de una fibra del tejido: durante el proceso de tejido, puede reventarse un hilo, y aunque esto puede ser reparado por el tejedor en el momento, ciertas roturas pueden producirse en los últimos tramos del tejido.
- Error de diseño: en el ordenamiento de los colores de hilo se puede generar un error que cause un defecto perceptible en la apariencia del producto.

El porcentaje de calidad se refiere según la siguiente ecuación:

$$\% \text{ Calidad} = (1 - \% \text{ de defectuosos})$$

Para el cálculo de las UBPP se utiliza la siguiente ecuación:

$$UBPP = \frac{\text{Produccion}}{\% \text{ de calidad}}$$

Las unidades en este caso se representan por unidades de producto terminado para 5 años a partir del inicio de las operaciones del área productiva de la escuela taller.

#### **UNIDADES BUENAS A PRODUCIR**

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
<b>Hamaca</b>	2670	3119	3661	4156	4910	18516
<b>Mantel</b>	1171	1315	1608	1825	2156	8076
<b>Individual</b>	2236	2510	3070	3485	4115	15417
<b>Colcha</b>	1095	1280	1502	1668	2014	7559

Tabla 206 Unidades buenas a producir en periodo de años 1-5 de funcionamiento. Fuente: elaboración propia a partir de datos de pronósticos de producción.

**La cantidad requerida de hilo para producir las Unidades Buenas a Producir en Lb es la siguiente:**

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Total
Hamaca	7803	9117	10702	12146	14353	54122
Mantel	1209	1357	1659	1883	2224	8331
Individual	931	1045	1279	1451	1714	6420
Colcha	2808	3281	3849	4276	5163	19377
<b>Total</b>	<b>12751</b>	<b>14800</b>	<b>17489</b>	<b>19757</b>	<b>23454</b>	<b>88251,23652</b>

Tabla 207 Cantidad de hilo requerida para producción anual en periodo de años 1-5 de funcionamiento.

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de UBPP y cantidad de hilo requerido por unidad mostrados en pág. 56.

### Propuesta para producción trimestral de UBPP por productos para año 1.

Programación de producción trimestral año 1												
Trimestre	1º trimestre			2º trimestre			3º trimestre			4º trimestre		
Producto	Cantidad a producir	Horas de producción requeridas	Número de telares requeridos	Cantidad a producir	Horas de producción requeridas	Número de telares requeridos	Cantidad a producir	Horas de producción requeridas	Numero de telares requeridos	Cantidad a producir	Horas de producción requeridas	Numero de telares requeridos
Hamaca	634	627,21	2,65	568	562,49	2,37	1213	1200,89	5,06	255	252,41	1,06
Mantel	271	111,18	0,45	292	119,85	0,48	0	0,00	0,00	608	249,28	1,00
Individual	518	113,89	0,45	558	122,77	0,48	0	0,00	0,00	1161	255,36	1,00
Colcha	348	438,90	1,74	347	436,71	1,73	0	0,00	0,00	401	504,64	2,00
<b>Total</b>	<b>1771</b>	<b>1291,19</b>	<b>5,28</b>	<b>1765</b>	<b>1241,81</b>	<b>5,06</b>	<b>1213</b>	<b>1200,89</b>	<b>5,06</b>	<b>2424</b>	<b>1261,69</b>	<b>5,06</b>

Tabla 208 Propuesta para producción trimestral año 1. Fuente: elaboración propia.

Determinación de cálculos anteriores ver en: Anexo 9.

### 2.3.7 Balance de Materiales

La elaboración del balance de materiales permite establecer los requerimientos de las materias primas e insumos que, para la elaboración de las hamacas, colchas, individuales y manteles que se proyectaron.



Ya definido el flujograma o proceso de fabricación y validación del proceso seleccionado se determinó las funciones básicas para la fabricación del producto.

El punto de partida para determinar los requerimientos de materiales es el número de unidades buenas a producir (UBPP) para cada uno de los periodos. Además, el balance de materiales permite conocer los volúmenes permisibles de los desperdicios y defectuosos.

Una vez definido las características del proceso se presentan los diagramas de balance de material para cada uno de los productos en estudio, para estos diagramas de balance se han tomado las siguientes consideraciones:

- Se presenta el balance de materiales para el año 2020.
- Se muestran los diagramas de los productos de hamaca, mantel, individual y colcha.

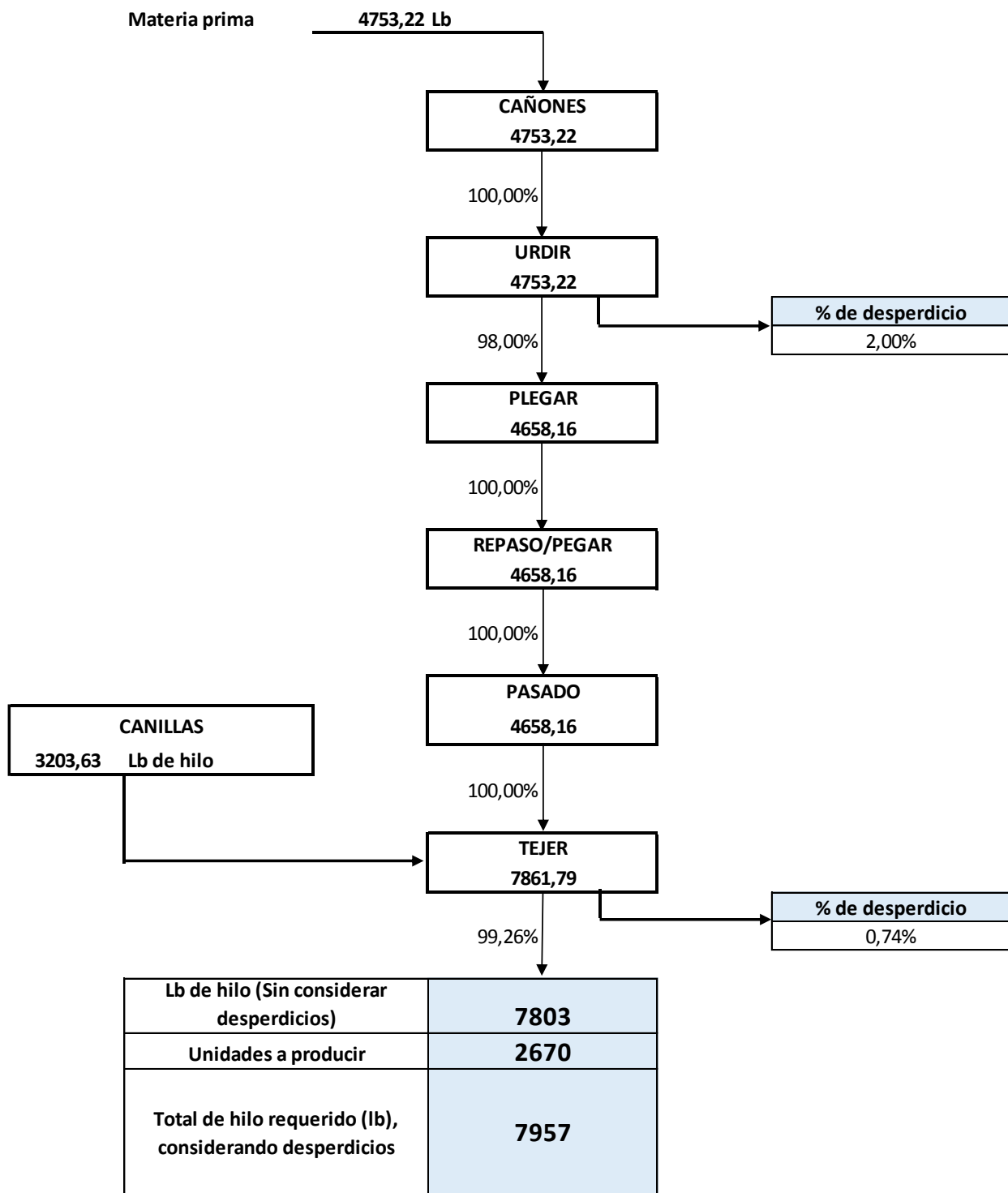
La siguiente tabla muestra el desperdicio que se generan en cada una de las etapas del proceso de elaboración de las hamacas, manteles, individuales y colchas en base a datos recolectados en el taller Barahona y el Portalito.

Productos	Longitud de urdido (m)	Medidas de productos (m)		Productos por urdido	Desperdicio/ unidad	% de desperdicio
		Longitud	Ancho			
<b>Hamaca</b>	288	2.51	1.40	115	0.8	0.74%
<b>Mantel Individual</b>	288	0.40	0.385	729	0.1	0.02%
<b>Mantel Mediano</b>	288	0.84	0.89	343	0.9	0.25%
<b>Colcha</b>	288	2.15	1.53	144	1.0	0.69%

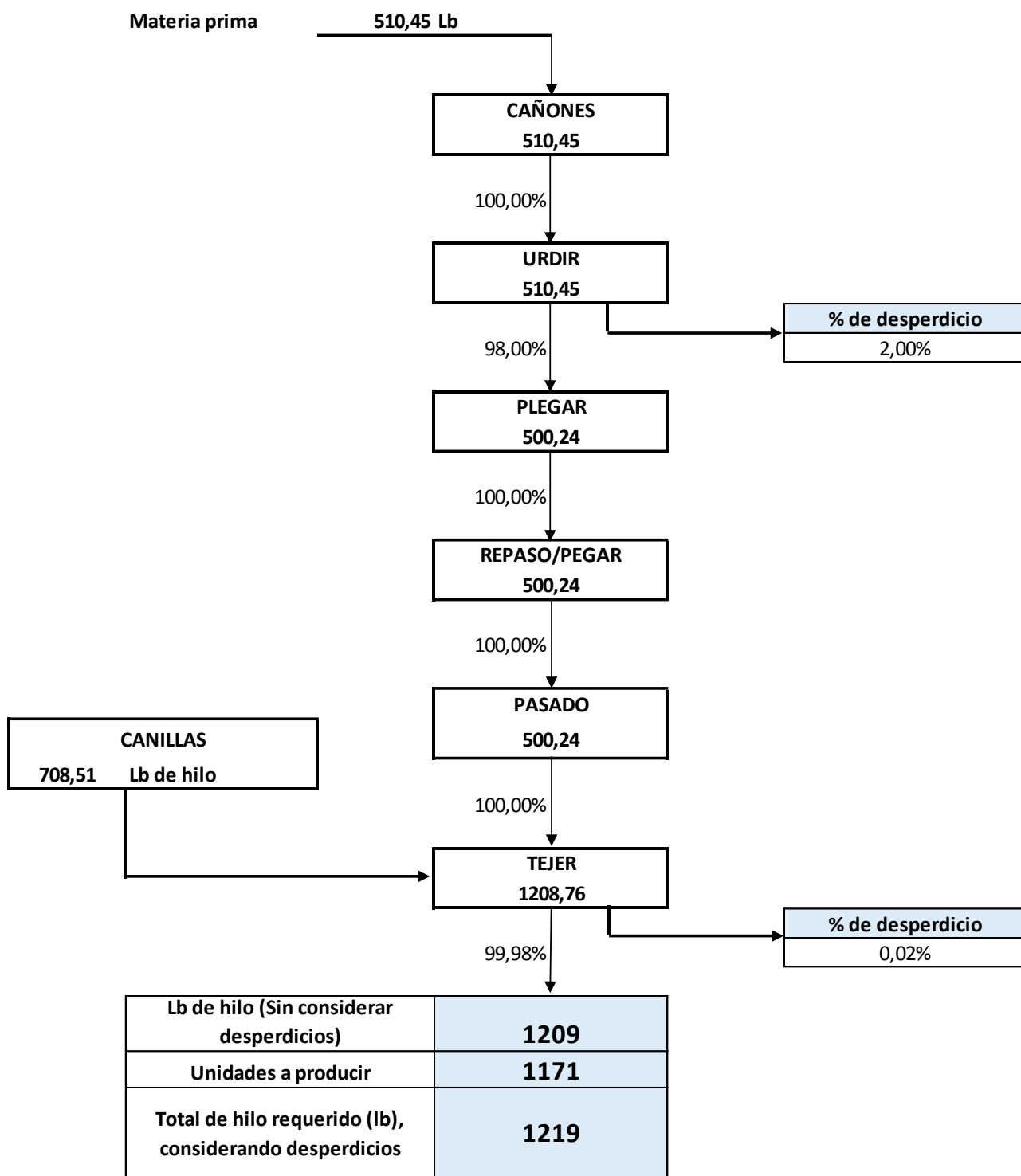
Tabla 209 Porcentaje de desperdicio en el proceso tejer, para cada uno de los productos.

## BALANCE DE MATERIALES PARA AÑO 1

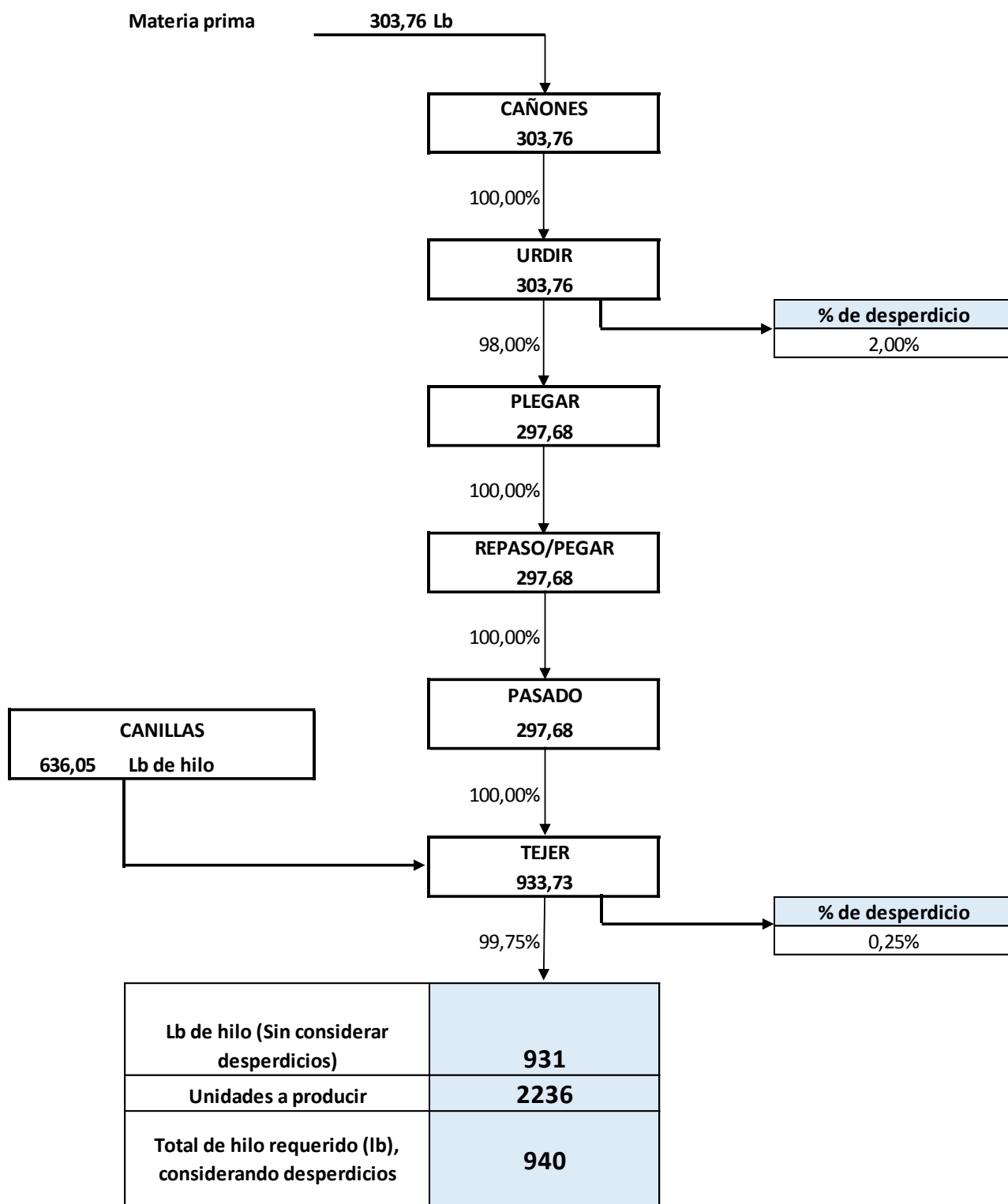
### Hamacas



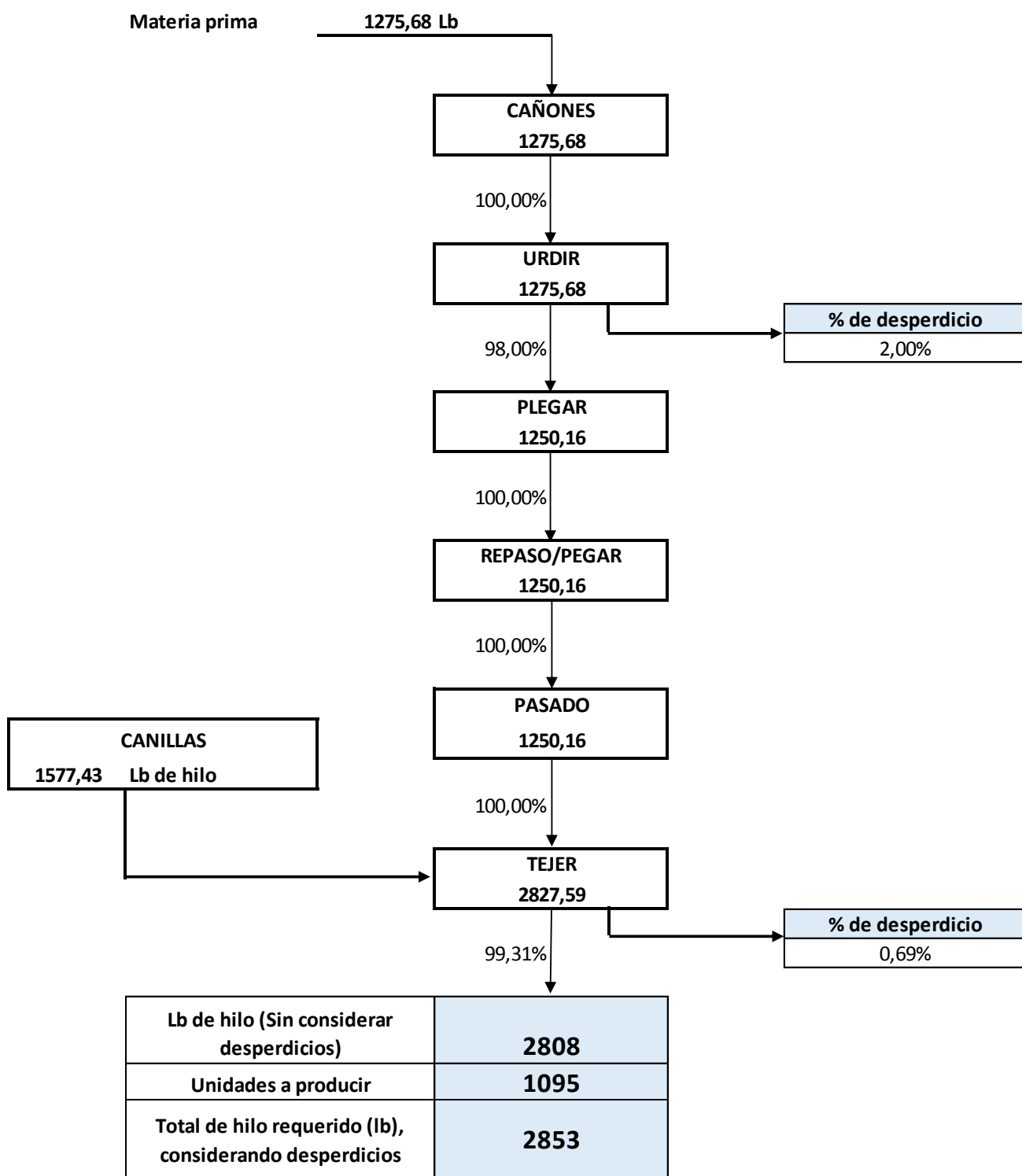
## Mantel



## Individual



## Colcha



### 2.3.8 Balance de mano de obra para año 1

Cod.	Descripción	HAMACAS		MANTELES		INDIVIDUALES		COLCHAS		Total, de hrs. Requeridas	# operarios	Total hrs. Disponibles	% eficiencia	Total hrs. Disponibles reales	Balance	
		Std.	Hrs req.	Std.	Hrs req.	Std.	Hrs req.	Std.	Hrs req.						(+)	(-)
O1	Canillas	0,045	1205,81	0,045	266,68	0,045	239,40	0,045	593,73	2305,61	2	2432,00	95%	2310,40	4,79	-
O2	Cañones	0,173	1227,33	0,173	131,80	0,173	78,43	0,173	329,39	1766,95	1	1216,00	95%	1155,20	-	-611,75
O3	Urdidor	11,139	260,86	8,782	30,01	6,425	19,71	7,900	60,09	370,67	1	1216,00	80%	972,80	602,13	-
O4	Plegar	0,747	17,49	0,747	4,87	0,747	2,29	0,747	5,68	30,33	0	0,00	93%	0,00	-	-30,33
O5	Repaso/pegar	10,189	238,60	7,693	26,28	5,197	15,94	8,461	64,36	345,18	0	0,00	95%	0,00	-	-345,18
O6	Pasado de tela	0,054	1,27	0,054	0,19	0,054	0,17	0,054	0,41	2,04	0	0,00	98%	0,00	-	-2,04
O7	Tejer	0,990	2643,88	0,415	485,77	0,224	501,71	1,256	1376,05	5007,42	5	6080,00	90%	5472,00	464,58	-
TOTAL										9828,21	9			9910,40		

Tabla 210 Balance de mano de obra para año 1. Fuente: Elaboración propia.

Estándares de tiempo de producción (Std.) para los diferentes productos artesanales textiles presentados en horas, fueron obtenidos mediante observación directa y toma de tiempos de producción en Taller El Portalito y Taller Barahona ambos ubicados en el municipio de San Sebastián, San Vicente. De la misma manera se obtuvo el porcentaje de eficiencia.

Cod.	Horas efectivas operario/año	Operario/ año		Transferencias		Total, de horas disponibles ajustados	Balance	
		(+)	(-)	Transferir	Aceptar		(+)	(-)
O1	1155,2	0,004	-	NO EXISTE	NO EXISTE	2310,4	4,8	-
O2	1155,2	-	-0,53	NO EXISTE	NO EXISTE	1155,2	-	-611,8
O3	972,8	0,619	-	NO EXISTE	NO EXISTE	972,8	602,1	-
O4	1130,88	-	-0,03	NO EXISTE	NO EXISTE	0,0	-	-30,3
O5	1155,2	-	-0,30	NO EXISTE	NO EXISTE	0,0	-	-345,2
O6	1191,68	-	0,00	NO EXISTE	NO EXISTE	0,0	-	-2,0
O7	1094,4	0,42	-	NO EXISTE	NO EXISTE	5472,0	464,6	-

Tabla 211 Balance de mano de obra para año 1. Fuente: Elaboración propia.

## 2.4 Comercialización

Inicialmente la Escuela Taller sera financiada, como se ha dicho en otras ocasiones, por la Alcaldía Municipal de San Sebastian, por lo cual no tiene en el corto plazo la urgencia de generar ingresos. Pero para que los riesgos en la operación del negocio sean mínimos y previendo la necesidad de la auto-sostenibilidad resulta conveniente determinar la proyección de ventas en plazos cortos.

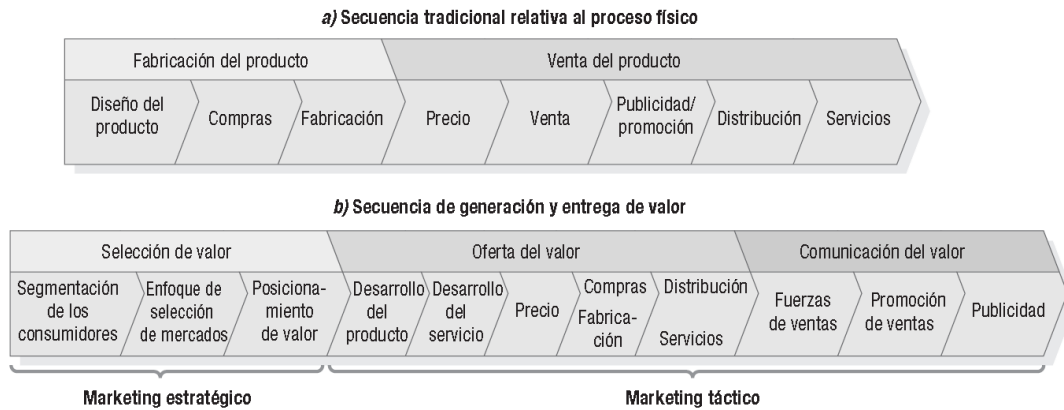
No hay que olvidar que para un negocio que recién inicia, durante la etapa de puesta en marcha, por regla general las ventas suelen ser bajas, como consecuencia de encontrarse en fase de introducción en el mercado.

En este caso la Escuela Taller no podría vender productos elaborados por los alumnos, hasta que estos tengan la calidad necesaria para su comercialización. Un factor que se debe tener en cuenta es el carácter estacional de algunos de los productos, para analizar con detalle las posibilidades de venta.

En la comercialización y el marketing, como lo describe Kotler y Keller (Dirección de marketing, 2006) para la generación de valor, el marketing interviene en la segunda etapa de la Secuencia tradicional relativa al proceso físico, es decir la venta del producto. Los diversos puntos desarrollados en las estrategias están ligados a los resultados obtenidos en la etapa de Diagnóstico.

Además de las estrategias se abordan los aspectos denominados por Kotler y Keller como la Comunicación del valor, compuesto por la Fuerza de ventas, Promoción de ventas y Publicidad.





**Ilustración 24 Proceso de la generación de valor.**  
Fuente: Dirección de marketing. Kotler 2006

Los aspectos que se desarrollan en el apartado de Comercialización son parte de lo que se conoce como plan de marketing táctico. Según Kotler y Keller un Plan de marketing táctico es el plan que especifica las acciones de marketing que se van a llevar a la práctica, entre los que se encuentran la promoción y canales de distribución.

### 2.4.1 Comunicación del valor

Las comunicaciones del valor es parte del marketing táctico según Kotler. A través de la comunicación del valor se establece contacto con los clientes potenciales de la Escuela Taller, se espera tener un diálogo con sus clientes.

El objetivo de la Escuela Taller, además de posicionar la organización entre su público objetivo, es lograr un proceso de recordación de la marca comunicando lo que lo hace diferente de la competencia.

#### 2.4.1.1 Fuerza de Ventas

La fuerza de ventas se define como el conjunto de recursos con los que se cuenta, que son humanos y materiales, que se dedican a actividades realizadas con la venta. La fuerza de ventas representa a la empresa ante los clientes y comunican al negocio acerca de datos que pueden interesar de los clientes como quejas, reclamos y sugerencias.

La Escuela Taller contara con un Encargado de Comercialización cuyas funciones principales se detallan en el manual de puestos de trabajo.

#### **2.4.1.2 Promoción de Ventas**

En el caso de la promoción de ventas, esta se aplica mediante la presencia de la Escuela Taller en eventos como ferias para promocionar y mostrar los productos y el servicio. Este punto se incluye entre las estrategias de promoción del marketing mix.

#### **2.4.1.3 Publicidad**

A través de la publicidad se espera aumentar el consumo, en este caso de los productos elaborados por la Escuela Taller y la participación de personas interesadas en aprender el oficio artesanal de los telares. En este sentido se establece algunos lineamientos en cuanto a publicidad en el apartado de Promoción del marketing mix y se presentan propuestas de publicidad para la Escuela Taller.

### **2.4.2 Plan de Comercialización**

#### **2.4.2.1 Resumen Ejecutivo**

La actividad textil artesanal de San Sebastián tiene una larga tradición que se ha venido desarrollando por generaciones, pero en la actualidad el número de artesanos dedicados al oficio ha decrecido, por lo cual se hace necesario capacitar a más personas que trabajen en el subsector.

En este contexto es que nace la iniciativa por parte de un grupo de colaboradores de la Alcaldía de San Sebastián, de crear una escuela donde se enseñe los conocimientos y las técnicas del oficio textil artesanal de los telares.

El proyecto cuenta también con un componente productivo, dedicándose a la comercialización de productos tradicionales, por lo que tiene un nombre que unifica las actividades que se desarrollan, Escuela Taller.

El proyecto busca beneficiar a un segmento de población joven del municipio, dándoles capacitación gratuita y la oportunidad de trabajar elaborando los productos tradicionales para la comercialización por parte de la Escuela Taller

El proyecto iniciará operaciones en 2021 capacitando a 15 alumnos por semestre.

### 2.4.3 Análisis de la Situación

#### 2.4.3.1 Descripción del Mercado

En la siguiente tabla se muestra las características principales del mercado meta

<b>Lugar de residencia</b>	<b>El Salvador, principalmente Área Metropolitana de San Salvador (AMSS)</b>
<b>Profesión u oficio</b>	Indiferente
<b>Ingresos Promedio por familia</b>	De \$304.17 en adelante
<b>Hábitos de consumo</b>	Personas que gustan de las artesanías en general, consumidor de productos textiles artesanales o interesados en adquirir productos textiles artesanales si aún no lo hace.  Personas dispuestas a pagar por un precio adecuado para la calidad de los productos ofrecidos y que busquen productos con cierto distintivo.

Tabla 212 Características del mercado meta de Escuela Taller. Fuente: elaboración propia.

Según los resultados obtenidos en la etapa de diagnóstico el Área Metropolitana de San Salvador (AMSS) es la principal procedencia de consumidores, a esta zona del país irán dirigidos los mayores esfuerzos para la de comercializar, pero sin dejar de lado la comercialización en otras zonas del país. Entre las características del mercado, se ha delimitado al sector hogares con ingresos mensuales mayores a un salario mínimo.

#### 2.4.3.2 Descripción del Servicio

El servicio ofrecido por la Escuela Taller de Telares es el siguiente la formación de artesanos, que cuenten con los conocimientos y la destreza para ejercer el oficio.

La formación que se imparte en un curso que dura un semestre, en el que se enseña el proceso de elaboración de los tejidos tradicionales de San Sebastián.

Los alumnos de la Escuela Taller aprenderán las diferentes etapas del proceso de elaboración desde su inicio con el devanado, continuando con el urdido, también aprenderán a montar el hilo en el telar en las etapas de plegado y pegado, así como a tejer y realizar los acabados que requiera el producto.

#### **2.4.3.3 Descripción de los Productos**

Los productos que ofrecerá la Escuela Taller son los siguientes:

- Hamacas: producto tejido de manera manual en telares de palanca, formado de hilo de diversos colores, llamativos y en ocasiones contrastantes. Este producto se utiliza para el descanso. Se cuelga de sus dos extremos a puntos de apoyo firmes.
- Manteles: producto tejido manualmente en telares de palanca, de diversos colores. Son de diferentes dimensiones y para diversos usos. Hay manteles de mesa en varios tamaños para 4, 6 u 8 personas; hay manteles individuales y tortilleros, los más pequeños que se elaboran; y también se elaboran los denominados caminos, que son manteles decorativos, de un lado largo y otro muy estrecho.
- Colchas: es una pieza tejida de manera manual en telares de palanca, de diversos colores. Se utiliza para colocar sobre en cama y ser usado como frazada para calentar.

#### **2.4.3.4 Canales de Distribución**

Los canales de distribución para los productores de San Sebastián, como se identificó en la Etapa de Diagnostico, tiene un orden de importancia definido. Según los resultados del estudio del mercado distribuidor en primer lugar se encuentra el Canal Minorista, seguidos del Canal Mayorista y en tercer lugar el Canal Directo.

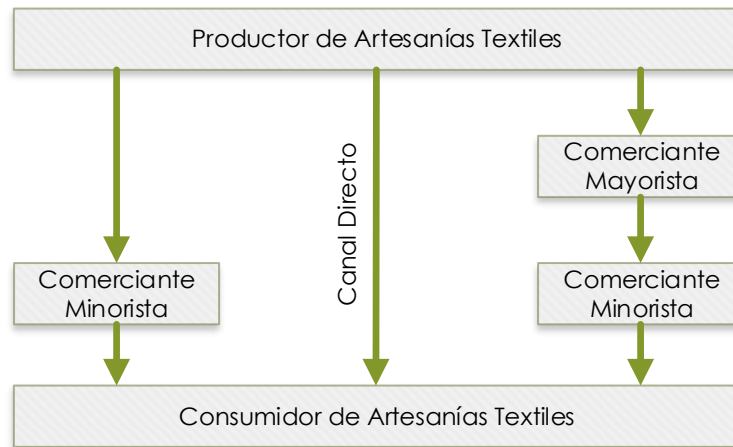


Ilustración 25 Esquema de los canales de distribución

#### 2.4.4 Objetivos

- **Facilitar información del proceso de inscripción para el servicio de formación de artesanos de los telares**

Facilitar el acceso contando con el material informativo necesario del curso impartido por la Escuela Taller, para alcanzar a la población beneficiaria e incrementar la mano de obra artesana disponible en la localidad.

- **Ganar participación de mercado con los productos textiles**

Se requiere la adopción de estrategias que permitan ganar presencia en el mercado, hacer clientes en las zonas estratégicas y de mayor consumo de los productos elaborados.

- **Realizar alianzas estratégicas con comerciantes de productos textiles artesanales**

Implementar acciones que conduzcan a facilitar el acceso al mercado de consumo de los productos elaborados en la Escuela Taller, y superar rápidamente las limitaciones de arranque del negocio.

## 2.4.5 Estrategias

### 2.4.5.1 Imagen de la Escuela Taller

#### Marca

La imagen responde a los valores que la institución desea proyectar en sus clientes potenciales. Algunos de los elementos de imagen corporativa son el logotipo y la marca, entre otros.

El logotipo debe captar la atención del cliente para lo cual debe ser sencillo y original, para diferenciarse de otros talleres.

La marca de la institución es **Escuela Taller de Telares San Sebastián**, haciendo referencia a la actividad de la empresa, formar artesanos y elaborar productos artesanales; los telares tradicionales; y la localización del proyecto.

#### Eslogan

Teniendo en cuenta las características del mercado meta o clientes potenciales para generar las ventas, se ha procurado desarrollar un mensaje efectivo que capte la atención, provocar deseo de consumir y acción de compra.

Como se mencionó anteriormente en las estrategias de marketing, se debe establecer una relación entre la Escuela, el patrimonio y el apoyo a la comunidad con los productos, como una forma de diferenciar los productos de la Escuela Taller de los productos de la competencia.

El eslogan de la Escuela Taller es: **Tejiendo Sueños**. Lo cual es una declaración por preservación y futuro del oficio artesanal de los telares.

#### 2.4.5.2 Propuesta de Logotipo

Este equipo de trabajo propone el siguiente logotipo para la Escuela Taller de Telares de San Sebastián



Ilustración 26 Logotipo de la Escuela Taller

En un apartado siguiente se presenta material publicitario para uso de la Escuela Taller con el objetivo de promover el servicio de formación y los productos elaborados en la misma.

#### Propuesta de Etiqueta de producto

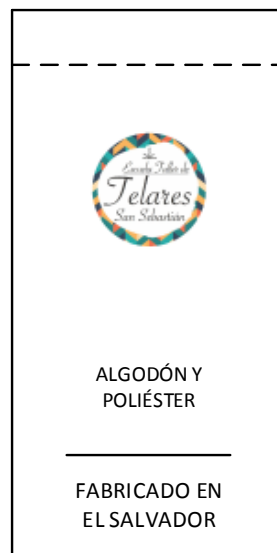


Ilustración 27 Propuesta de etiqueta de producto. Fuente: elaboración propia.

### Propuesta de Viñeta de producto



Ilustración 28 Propuesta de viñeta de productos de Escuela Taller. Fuente: elaboración propia.

#### **2.4.5.3 Estrategias de Marketing Mix**

##### **PRODUCTO**

Las Estrategias de producto teniendo en cuenta principalmente las necesidades y preferencias del consumidor. Estas estrategias reúnen las diferentes acciones que se realizan a la hora de diseñar y producir un bien o servicio. Podemos definir la estrategia de producto como el conjunto de tácticas y acciones a implementar en la elaboración de un bien o la prestación de un servicio, con el fin de que cumpla las expectativas y necesidades del consumidor.

En cuanto a los productos elaborados por la Escuela Taller se ha decidido iniciar el proceso de formación, enseñando a los alumnos a elaborar tres de los productos de mayor preferencia y tradición en el país, como son la hamaca, la colcha y el mantel. También se procurará la realización de diseños nuevos, que distingan los productos de la Escuela Taller.

##### **PRECIO**



Dentro del proceso de fijación de precios, la elección de una adecuada estrategia de precios es fundamental porque permite establecer varios aspectos como la fijación del precio inicial y los precios que se fijarán a lo largo del ciclo de vida del producto, con el propósito de alcanzar los objetivos relacionados al precio.

Según Lamb, Hair y McDaniel, una estrategia de precios es un marco de fijación de precios básicos a largo plazo que establece el precio inicial para un producto y la dirección propuesta para los movimientos de precios.

- Entre las diferentes estrategias que se pueden aplicar en cuanto al precio, se decidió aplicar la **estrategia de precio orientado a la competencia**, mediante la **equiparación los precios con los de la competencia**, dado que esta estrategia se emplea cuando hay una gran cantidad de productos en el mercado y están poco diferenciados.

En el caso de los productos artesanales textiles, hablamos de una fuerte competencia de los talleres en el país y en especial de los talleres de telares de San Sebastián, y que, en la mayoría de los casos, sus productos tienen características similares, que hace difícil diferenciarlos unos de otros, debido al parecido en sus diseños. La empresa decide apegarse al precio del producto en el mercado, con la finalidad de atraer clientes de un segmento amplio, que busque la diferenciación del producto en otra característica distinta del precio.

- La Escuela Taller debe contar con precios acorde al canal en que se va comercializar, es decir, si se vende a un cliente directo, el precio debe ser igual al que le ofrece un comerciante minorista o mayorista, para evitar ser competencia directa de sus mismos clientes comerciantes minorista o mayoristas, a quienes se les ofrece un precio conveniente a sus expectativas de ganancia.

## PLAZA

Para la aplicación de la estrategia de distribución de una empresa hay que tener en cuenta que siempre debe de estar basada en los tipos de canales que se quieren utilizar y en la cobertura que se quiere lograr con dicho canal.

La estrategia a implementar en la venta de los productos textiles artesanales elaborados en la Escuela Taller será una **estrategia Intensiva**, debido a que los tres canales mencionados anteriormente, pueden generar ventas considerables.

En este caso se busca ampliar la cartera de clientes lo más que sea posible, ya sean estos comerciantes minoristas, mayoristas o consumidor final.

Las estrategias de canales de distribución están relacionadas con la logística que se centra en el transporte de los productos hasta el punto de venta.

- Los canales de distribución como se mencionó anteriormente, para el subsector artesanal textil son principalmente el Canal Minorista y el Canal Mayorista, en primer y segundo lugar respectivamente, seguido del Canal Directo. Debido a lo anterior, la estrategia aplicada por el subsector es hacer uso de los diversos canales de distribución disponibles, para llegar a los centros de consumo más importantes en el país.

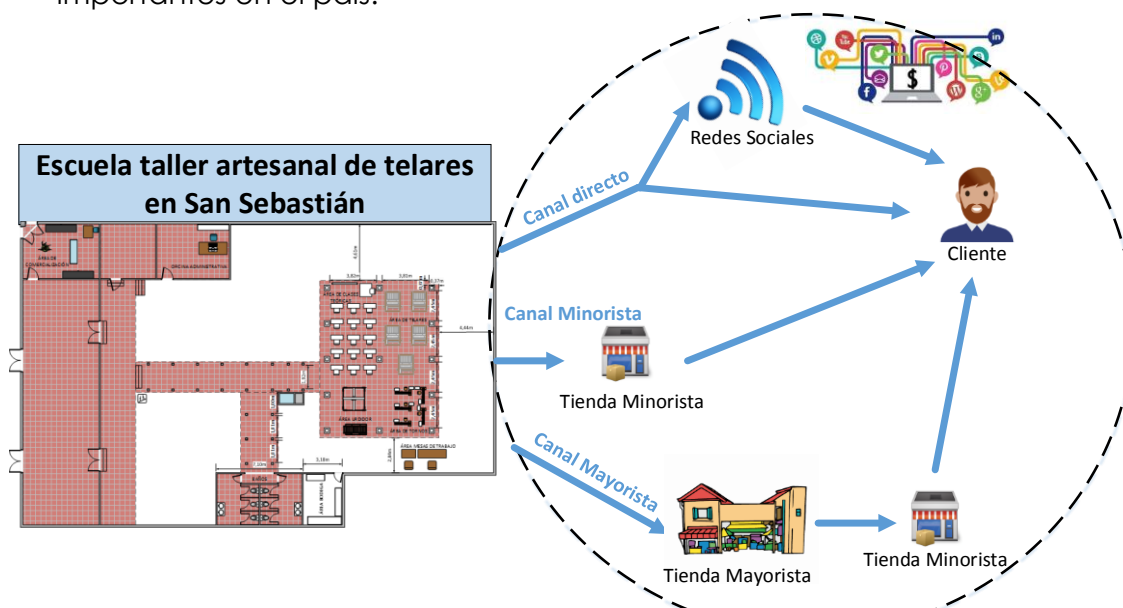


Ilustración 29 Canales de distribución de los productos de la Escuela Taller. Fuente: Elaboración propia.

**Canal Directo.** La Escuela Taller realizará ventas directamente a consumidores finales que lleguen al local, ya sea para productos al mayoreo o menudeo y a tiendas, a los que la Escuela Taller se encargará de distribuirlo directamente.

En El Salvador el mayor centro de consumo es el Área Metropolitana de San Salvador, como lo reflejan los resultados obtenidos en la Etapa de Diagnostico. Los productores artesanales de San Sebastián identifican al Área Metropolitana como el principal lugar de procedencia de sus clientes, por lo que la estrategia en lo concerniente a los Canales de Distribución, harán especial importancia al área mencionada.

- El primer paso para comenzar a realizar ventas es contar con una sala de ventas propia en las instalaciones de la Escuela Taller, teniendo en cuenta el aspecto de localización, debiendo ser un lugar accesible y cercano al centro del municipio de San Sebastián.

Esta sala de ventas deberá contar con las condiciones adecuadas para la realización de las ventas y brindar un buen servicio, dando a los clientes un trato amable, y transmitiendo confianza.

Lo especificado en el primer paso está enfocado en establecer relación y contacto con los consumidores directos, es decir el Canal Directo.

- El siguiente paso relativo a la comercialización es establecer contacto con comerciantes minoristas y mayoristas que cuenten con la capacidad de trasladar los productos a los centros de consumo, o a sus propios locales de venta. En este caso como ya se mencionó con anterioridad los comerciantes del Área Metropolitana de San Salvador son de especial interés, sin desaprovechar cualquier oportunidad de hacer contacto con clientes de otras zonas del país.
- Por otro lado, también se tomarán pedidos realizados por medio de redes sociales, en este caso el alto costo de realizar entregas, con transporte propio, además de los factores como tiempo de entrega y distancia del punto de

entrega, hacen difícil prestar este servicio a los clientes en diversas circunstancias.

Por este motivo se toma como criterio hacer entregas solo por pedidos de grandes cantidades. Un pedido grande puede considerarse a partir de: una docena de hamacas, una docena de colchas, una docena de manteles de mesa o cuatro docenas de manteles individuales o tortilleros, también puede ser un pedido de una combinación de productos con un monto igual a los antes mencionados.

Si el pedido realizado no es lo suficientemente grande según el criterio de la institución se procede a hacer contacto con alguno de los clientes comerciantes minoristas o mayoristas, que se encuentren cerca del cliente particular que solicita el producto, para que este se lo pueda proporcionar.

Para que este último caso se cumpla, debe haber una especie de alianza estratégica, donde la Escuela Taller y el comerciante cuenten con un precio sugerido que cumpla las expectativas del comerciante, teniendo en cuenta la estrategia de precios.

## **PROMOCIÓN**

Las estrategias de promoción son un importante recurso de marketing. Con ellas se da a conocer los productos. El objetivo de la promoción de los productos es aumentar las ventas de los mismos, atraer la atención de los clientes y mejorar su imagen de marca.

Las estrategias de promoción, son las habilidades, las destrezas a utilizar para dar a conocer e informar sobre los productos a los consumidores y a los no consumidores y para esto también se requiere de un buen plan estratégico.

Identificar los productos con la institución y sus objetivos es un factor que se debe aprovechar, por su labor formadora de artesanos, que tiene un carácter social, además del apoyo de publicidad con volantes y afiches en lugares estratégicos.

La estrategia que se decide utilizar es una estrategia Combinada, que mezcla tanto la estrategia de Atracción como la de Empuje.

## Estrategias Combinadas

Las estrategias de promoción Combinadas incorporan elementos tanto de Atracción como de Empuje. Un tipo de estrategia combinada consiste en iniciativas simultáneas tanto a distribuidores como consumidores finales. Otro tipo implica asociarse con los minoristas para ayudarles a vender el producto. El uso de redes sociales es una estrategia Combinada porque recluta a personas que funcionan como revendedores y consumidores finales al mismo tiempo.

Algunas de las acciones que se pueden realizar para la promoción y publicidad son las siguientes:

- **Presentaciones en ferias**

Tener presencia en ferias de productos artesanales, así como ferias y festivales turísticos, con el fin de dar presencia a la marca de la Escuela Taller, presentando su servicio de capacitación que tiene un elemento social de apoyo a la población local de San Sebastián y promocionando los productos de la Escuela Taller.

En El Salvador hay diversos festivales, como el Festival Pueblos Vivos, donde se puede hacer presencia en un stand para mostrar los productos, el festival se realiza de manera regional, donde por su localización la Escuela Taller le corresponde la zona Paracentral, además de hacer presencia en el evento realizado en la ciudad de San Salvador.



Ilustración 30 Logotipo de Pueblos Vivos

- **Redes Sociales**

En la actualidad las redes sociales son una de las herramientas más utilizadas, debido principalmente a su facilidad de uso y a su bajo coste.

Pero no todos los clientes potenciales tienen el acceso a las redes sociales, por lo que se hace necesario el uso de otros medios para promocionar el producto. Se tiene que promocionar y trabajar estrategias que ayuden a que el negocio llegue a las personas adecuadas.

Las redes sociales servirán para tener contacto directo con clientes potenciales, informando acerca del curso, de los productos y donde adquirirlos o para realizar pedidos. El costo de transportar los productos a lugar de entrega es una limitante que se resolverá bajo el criterio de cantidad de pedido mencionado en las estrategias de distribución.

Si el pedido no es lo suficientemente grande, entonces se contactará con un cliente minorista o mayorista, por convenio, que se encuentre cerca del cliente particular, para que este realice la venta a un precio conveniente. Siendo el medio de contacto la misma red social u otro medio. Esto hace necesario contar con una base de datos de clientes comerciantes actualizada.

- **Publicidad en afiches, folletos y volantes**

Los impresos más comunes son los afiches, volantes y folletos. Estos pueden ser distribuidos para difundir información del servicio de formación, como convocatoria, fecha de inscripción, también para informar sobre eventos en los que se hará presente la institución para hacer demostraciones y venta de productos y en general hacer publicidad de los mismos productos.

## Propuesta de afiche



Ilustración 31 Propuestas de Afiches de la Escuela Taller. Elaboración propia utilizando herramientas de canva.com

### 2.4.5.4 Cuadro Resumen de Estrategias

ESTRATEGIAS	
PRODUCTO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha decidido iniciar el proceso de formación, enseñando a los alumnos a elaborar los tres productos de mayor preferencia y tradición en el país.</li> <li>Elaborar los productos de mayor consumo como hamacas, colchas y manteles, según su estacionalidad.</li> <li>Realizar diseños nuevos. Diferenciación de los productos de la Escuela Taller.</li> </ul>
PRECIO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Igualar los precios con los de la competencia.</li> </ul>

<b>PLAZA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priorizar venta a los tres canales más utilizados (Minorista, mayorista y cliente directo).</li> <li>• Entrega de productos por grandes pedidos. Especial importancia a entregas en el Área Metropolitana.</li> <li>• Una sala de ventas propia en las instalaciones de la Escuela Taller. Con condiciones adecuadas para la realización de las ventas y brindar un buen servicio.</li> </ul>
<b>PROMOCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificación de los productos con la institución.</li> <li>• Publicidad con volantes y afiches en lugares estratégicos.</li> <li>• Presentaciones en ferias. Tener presencia en ferias de productos artesanales, así como ferias y festivales turísticos.</li> <li>• Redes Sociales. Facilidad de uso y su bajo costo.</li> </ul>

Tabla 213 Resumen de estrategias de comercialización. Fuente: elaboración propia.

#### 2.4.6 Frecuencia de Implementación

La ejecución de las estrategias no estará sujeta a plazos específicos, pero si se espera que haya una secuencia lógica de ejecución como la planteada en las estrategias de distribución del marketing mix.

Previo al inicio de operaciones de la Escuela Taller, se debe realizar la divulgación de información del curso, mediante afiches y folletos, así mismo en redes sociales, con el fin de atraer a los interesados en formarse como artesanos.

También, previo al inicio de operaciones se debe atraer clientes de los productos textiles artesanales, ya sean clientes directos, comerciantes minoristas y mayoristas. La comunicación en cuanto a la comercialización de los productos deberá ser constante, haciendo campaña publicitaria al menos una vez al mes. En el caso del servicio de formación artesanal, la publicidad del curso deberá hacerse en el lapso de un mes previo a la fecha de inscripción, es decir que únicamente serían dos periodos de campaña publicitaria por año.



### 2.4.7 Cadena de Valor de la Escuela Taller



Ilustración 32 Esquema de la Cadena de Valor de la Escuela Taller. Fuente: Elaboración Propia.

Con los resultados obtenidos del estudio de mercado en la Etapa de Diagnostico, tenemos una idea de cómo funciona el subsector textil artesanal, sus actores y las características de estos.

Se indagó sobre la venta de los productos y recabo información sobre la previsión alumnos para el servicio de capacitación el cual supera la capacidad con que se diseña el proyecto, atendiendo a las restricciones impuestas por el financiamiento e instalaciones.

El segmento de interés del servicio de capacitación está bien definido conforme a criterios establecidos por la Alcaldía de San Sebastián, contraparte asociada. En cuento al segmento de interés para los productos elaborados se determina primeramente en base a su localización geográfica, especialmente el área metropolitana de San Salvador y el nivel de ingresos entre otros, todo esto en base a los resultados de la Etapa de Diagnostico.

Los integrantes de la cadena de valor para la Escuela Taller están definidos como funciones o áreas, debido a que el personal que desarrolla las mismas al interior de la entidad es escaso, organizándose para cumplirlo dentro de las funciones o actividades asignadas a su cargo. Quien lleva la mayor carga de las actividades de la cadena de valor es el Director General, conforme a lo que se establece en el manual de puestos de trabajo.

A continuación, se describen los eslabones de la cadena de valor de la Escuela Taller:

#### **2.4.7.1 Actividades primarias**

##### ***Almacenaje y gestión de los inventarios y recursos de capacitación y producción***

El almacenaje y gestión de los inventarios y recursos de las áreas de trabajo estará a cargo del Director General, quien realiza la asignación de recursos, así como lo

##### ***Servicio de Capacitación/Formación de Artesanos***

Planificación de las actividades y los recursos necesarios para el servicio de capacitación/formación de la escuela taller. Esto consiste en establecer la asignación de tareas de los Instructores conforme al contenido a desarrollar en el curso, así como la asignación de los recursos necesarios.

El encargado de realizar la planificación de actividades descrita es el Director General, y quienes ejecutan las actividades según la planificación son los Instructores, cumpliendo el contenido del curso.

Estos últimos son los responsables de transmitir el conocimiento y las técnicas del oficio a los alumnos, siendo esta la actividad productiva del área educativa, encargada de formar artesanos con las competencias requeridas y de acuerdo a lo planificado.

### ***Área de producción de textiles artesanales***

Planificación de las funciones y tareas específicas de cada uno de los artesanos dentro del proceso productivo, así como los recursos necesarios para desempeñar sus funciones. Dentro del área productiva se encuentran definidas las diferentes etapas del proceso de producción, para las que se asigna el personal que va realizar las diferentes etapas, para los productos a elaborar y la asignación de los insumos y materia prima que se requiere.

### ***Contratación de nuevos artesanos***

La Escuela Taller dará a los nuevos artesanos la oportunidad de integrarse al personal de la misma, en la medida de las posibilidades de la Escuela Taller, para lo cual el alumno interesado debe cumplir los requisitos para ser instructor y artesano productor, tanto de su formación como de la experiencia mínima requerida.

### ***Procesamiento de pedidos***

El procesamiento de pedidos lo hará el área de comercialización, que al recibir un pedido, se realizan diversas actividades que comprenden la transmisión de la información y la programación del envío.

### ***Publicidad de la Capacitación***

La publicidad se realizará acorde a las estrategias de marketing. La publicidad del servicio de capacitación se realizará en el municipio de San Sebastián, debido a que en un principio solo se admiten como alumnos a residentes de dicho municipio.

### ***Publicidad de los Productos***

La publicidad de los productos se realiza en las principales zonas de comercialización de los productos según el estudio de diagnóstico y de acuerdo a las estrategias de marketing establecidas.

### ***Comercialización de productos***

La Escuela Taller realizará la comercialización de sus propios productos principalmente por tres canales; canal minorista, canal mayorista y canal directo. Esta actividad la realiza el área de ventas, lo cual se describe en el manual de puestos de trabajo.

#### **2.4.7.2 Servicios de apoyo**

Los servicios de apoyo de la Escuela Taller son mayoritariamente funciones específicas descritas en el apartado de Organización, ejercidas por dos miembros de la misma. El Director General es quien desempeña la mayoría de estas actividades o servicios.

Los servicios son los encargados del financiamiento, búsqueda de apoyo de instituciones, actividades administrativas, compra de insumos y materiales, y la coordinación del aseo y limpieza.

En todas estas actividades se encuentra involucrado el director, es únicamente en el aspecto de publicidad en cooperación con instituciones públicas en que participa el Encargado de Ventas.

A continuación, se describen los diferentes servicios de apoyo con que se contará:

#### **Finanzas**

Gestionar la obtención del financiamiento que la institución requiere para la operación de la misma y en específico para el servicio de formación. En cuanto al financiamiento, es la Alcaldía de San Sebastián quien aporta los fondos para la institución, dispuesto en su presupuesto.

#### **Cooperación**

Búsqueda de soporte y asistencia de instituciones públicas como apoyo al servicio de formación de artesanos en aspectos técnicos, así como para la publicidad de los productos a nivel nacional mediante la participación en ferias de carácter cultural, de promoción del turismo y de apoyo al sector artesanal.

### **Área administrativa**

Actividades de selección y contratación del personal para las diferentes áreas que conforman la organización y las funciones que la integran. La coordinación para el mantenimiento, utilización y sustitución de equipo educativo y demás mobiliario de la institución.

### **Compras**

Compra de insumos y materia prima. En este caso son funciones ejercidas por el Director General, quien se encarga de gestionar la compra de los insumos necesarios para la prestación del servicio de formación los cuales son insumos educativos y materia prima para las prácticas. También se efectúa la compra de insumos e hilo para las actividades productivas de la Escuela Taller.

### **Infraestructura**

Actividades de adecuación de las instalaciones y equipamiento conforme a la capacidad productiva planificada y el crecimiento proyectado. También se realiza la adecuación de las instalaciones en relación a la expansión esperada del servicio de capacitación. Además, se debe considerar las instalaciones sanitarias necesarias de acuerdo a las modificaciones en la capacidad de las demás áreas (educativa y productiva).

### **Aseo y Limpieza**

Coordinar las actividades de limpieza y disponer de los insumos de limpieza, para contar con instalaciones aseadas y un buen entorno de trabajo en las diferentes áreas.

### **Recursos Humanos**

Contratación de artesanos. Los nuevos artesanos capacitados por la Escuela Taller pueden ser contratados por la misma, de acuerdo a las previsiones de aplicación del área productiva

#### 2.4.7.3 Sistema de Apoyo a la Cadena de Valor

El sistema de apoyo del Servicio de Capacitación de la Escuela Taller en la Cadena lo conforman los que brindan servicio a las partes que integran la cadena de valor en el interior de la Escuela Taller, el apoyo puede ser el siguiente: asistencia técnica, financiamiento, capacitación a trabajadores, proveedores de insumos y ofertantes de servicios informales, los cuales son externos a la entidad.

#### 2.4.7.4 Acciones en la Cadena de Valor.

Algunas actividades que se pueden realizar con el fin de mejorar la operación de la cadena de valor y la entidad misma son los siguientes.


- Identificación de los problemas existentes en cada eslabón de la Cadena y buscar soluciones a los problemas mediante grupos de discusión o comités conformado por el personal de la entidad y la participación de la Alcaldía y otras instituciones cooperantes en los casos que lo considere conveniente el Director General de la Escuela Taller.
- Análisis de los requerimientos y de objetivos de cada una de las áreas de la Escuela taller, así como los eslabones de la cadena.
- Comparación entre oferta y demanda
  - Identificar si el territorio cuenta con la suficiente oferta de productos y de artesanos en determinado periodo.
  - Saber si Capacidad de prestación de servicio es suficiente para las necesidades en cada eslabón de la cadena.
- Realizar una evaluación mensual del cumplimiento de los objetivos de la Escuela Taller, como de las diferentes áreas que la conforman. La evaluación se puede realizar en tres aspectos distintos; administrativos, capacitación y producción.
  - La evaluación de la administración comprende el cumplimiento lo planificado, la gestión de inventarios y recursos para las distintas áreas. También se incluye dentro de la evaluación administrativa, lo realizado por ventas; productos vendidos, cantidad de clientes servidos, etc.
  - En el caso del servicio de capacitación, se puede evaluar el nivel de asimilación de los conocimientos por parte de los alumnos por medio de la

revisión documental de las evaluaciones realizadas en el periodo definido, además de la evaluación de la destreza en la realización de actividades, según se haya diseñado.



- Entre los aspectos a evaluar de la producción se considera la calidad de los productos elaborados, cantidad de productos elaborados, y aspectos puntuales de la capacidad productiva en las diferentes etapas del proceso productivo.

### 3 RECURSOS DE LA ESCUELA TALLER

#### 3.1 Equipo, herramientas y mobiliario

Equipo	Cantidad	Precio	Total
<b>Telar</b> 	5	\$ 600.00	\$ 3,000
<b>Urdidor</b> 	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<b>Trascañadera</b>	1	\$ 100.00	\$ 100.00



			
<p><b>Torno</b></p> 	3	\$ 150.00	\$ 450.00
<p><b>Máquina de coser</b>  <b>Janome Máquina de coser /</b>  <b>670TS5 / Eléctrica</b></p> 	1	\$ 260.00	\$ 260.00
<p><b>Impresor</b>  <b>Multifunctional BROTHER MFC-</b>  <b>T810W (INKJET, WIFI, FAX)</b></p> 	1	\$ 269.00	\$ 269.00
<p><b>Computadora</b></p>	1	\$ 495.00	\$ 495.00

			
Marca	HP		
Modelo	15DB003LA		
Tamaño Pantalla	15.6"		
Sistema operativo	Windows 10		
Memoria Cache	1MB		
Memoria RAM	4GB		
Tamaño de Disco Duro	1TB		
Procesador	AMD A9-9425		

Tabla 214 Equipo para Escuela Taller

Herramientas	Cantidad	Precio	Total
<b>Rastrillo</b>	2	\$ 25.00	\$ 50.00
 <b>Tempial</b>	5	\$ 15.00	\$ 75.00
<b>Peine</b>	5	\$ 40.00	\$ 200.00
 <b>Aviadura</b>	5	\$ 60.00	\$ 300.00

<b>Lanzadera</b> 	5	\$ 30.00	\$ 450.00
<b>Tubos PVC para Canillas</b> 	129 tubos (13.9 cm/ unidad, 3 tubos de PVC de 1 ¼ pulg.)	\$ 4.20	\$ 12.60
<b>Tubos PVC para cañones</b> 	97 tubos (24.5 cm/ unidad, 4 tubos de PVC de 1 ¼ pulg.)	\$ 4.20	\$ 16.80

Tabla 215 Herramientas para escuela taller

Mobiliario	cantidad	Precio	Total
<b>Mesa de trabajo</b> <b>Mesa cuadrada plegable color blanco</b> <b>60% acero y 40% resina PAD ABC</b>	1	\$57.90	\$57.90

			
<p><b>Pupitres unipersonales grandes (tradicionales).</b></p> 	15	\$29	\$435
<p><b>Pizarra acrílica Pizarrón STUDMARK (rotafolio, blanco, 68x104</b></p> 	1	\$ 189.00	\$ 189.00
<p><b>Estante metálico de 5 anaqueles Medidas: 1.80mts de alto X 0.90mts de ancho X 0.40 de fondo</b></p>	2	\$85.00	\$170.00

			
<p><b>Escritorios cátedra</b></p> 	2	\$115.00	\$230.00
<p><b>Silla de trabajo gales negro</b></p> 	2	\$59.90	\$119.80
<p><b>Archiveros metálicos de 4 gavetas.</b></p>	1	\$145.00	\$145.00

			
<p><b>Vitrina</b> <b>Medidas: 1.10mts X 0.60mts de 3 niveles</b></p> 	1	\$175.00	\$175.00

Tabla 216 Mobiliario para Escuela Taller

Materia Prima	Cantidad	Precio cono de 4.5 lb	Total
<b>Hilo</b>	12,969 lb (2882 conos de 4.5 lb)	\$ 2.70	\$ 7,781.4


			
---	--	--	--

Tabla 217 Materia prima para Escuela Taller área de producción para el año 1 de funcionamiento.

Ver cotizaciones realizadas en: Anexo11.

### 3.2 Insumos

#### Insumos para el área de comercio


Insumo	Cantidad	Precio	Total
<b>Calculadora CANON</b> <b>MP11DX-2 (Con impresora)</b> 	1	\$ 64.90	\$ 64.90

Tabla 218 Insumos para el área comercial

## Insumos para área administrativa

Insumo	Cantidad	Precio	Total
Papelería	-	\$ 200.0	\$200.00
Garrafa de Agua	50	\$2.50	\$ 125.00
Escoba 	3	\$ 2.10	\$ 6.30
Trapeador 	2	\$ 4.95	\$ 9.90
Basurero 	3	\$ 8.35	\$ 11.55




<p><b>Pala</b></p> 	1	\$ 3.75	\$ 3.75
--	---	---------	---------

Tabla 219 Insumos para área administrativa para 6 meses

### 3.3 Recursos Humanos

En este apartado se definirá los puestos de trabajo que tendrá la escuela taller para su correcto funcionamiento y salario mínimo correspondiente para el personal que labora en la Escuela taller.

Salario mínimo significa el salario mínimo suficiente para cubrir las necesidades materiales, morales y culturales del trabajador y de su familia.

El Gobierno determina el salario mínimo de acuerdo con la propuesta formulada por el Consejo Nacional de Salarios Mínimos. Las tasas de salarios mínimos también se pueden establecer por convenio colectivo, siempre y cuando las tasas no sean inferiores a los salarios mínimos fijados por la autoridad judicial. Todo trabajador tiene derecho a devengar un salario mínimo, que debe satisfacer las necesidades morales, culturales y materiales de un hogar. Los otros factores que se consideran al determinar el salario mínimo incluyen el costo de vida, la situación económica del país, el nivel de empleo, los diferentes sistemas de remuneración y las diferentes áreas de producción.

De acuerdo con la Constitución de El Salvador, los trabajadores tienen derecho a los salarios mínimos ajustados periódicamente para los sectores que incluyen las industrias comerciales, de servicios, textil, de confección, agrícolas, de café y de caña de azúcar.

La obligación constitucional es cumplida por el Ministerio de Trabajo y Previsión Social que se encarga del procedimiento de inspección del trabajo (art.11 de la Ley de Organización y Funciones del Trabajo y del Sector Social)

El salario mínimo establecido actualmente es el siguiente (ver Anexo 10).

A partir de lo anterior se definen los siguientes salarios:

Cargo	Número de personas	Salario/ mes	Total /mes
<b>Salario de director de escuela taller</b>	1	\$ 400	\$ 400
<b>Salario de capacitadores</b>	2	\$ 300	\$ 600
<b>Artesano Productor</b>	7	\$149.65	\$ 1,047.55
<b>Encargado de Ventas</b>	1	\$ 300	\$ 300

Tabla 220 Salarios para personal de Escuela Taller.

El salario del Artesano Productor se calcula sobre la base del salario mínimo de la Maquila textil y Confección al 50%, debido a que este trabaja 4 horas al día. Los salarios de los demás cargos no se rigen por el salario mínimo, sino que se han establecido teniendo en cuenta su jerarquía en la organización.

### 3.4 Instalaciones

#### **DISTRIBUCIÓN DEL MOBILIARIO Y EQUIPO EN LAS ÁREAS DE FORMACIÓN, PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA ESCUELA TALLER.**

El objetivo principal de la distribución eficaz de una planta consiste en desarrollar un sistema de producción que permita la fabricación del número deseado de productos con la calidad que se requiere y a bajo costo. La distribución física constituye un elemento importante de todo sistema de producción que incluye tarjetas de operación, control de inventarios, manejo de materiales, programación, enrutamiento y despacho. Todos estos elementos deben estar cuidadosamente integrados para cumplir con el objetivo establecido. La pobre distribución de las plantas da como resultado elevados costos.

Una distribución en planta se puede aplicar en instalaciones ya existentes o en instalaciones en proyección.

En el caso de la Escuela Taller no se dispone de una distribución en planta por lo que se diseñara la proyección de la distribución en planta para dicha institución. Para realizar esto se es necesario buscar objetivos como los siguientes:

- Integración de todos los factores que afecten la distribución.
- Movimiento de material según distancias mínimas.
- Circulación del trabajo a través de la planta.
- Utilización “efectiva” de todo el espacio.
- Mínimo esfuerzo y seguridad en los trabajadores
- Flexibilidad en la ordenación para facilitar reajustes o ampliaciones.

Además, para lograr una adecuada distribución en planta dentro de las instalaciones de la Escuela Taller es necesario tener en cuenta los siguientes principios básicos:

- Integración
- Disposición de la mejor secuencia
- Mínima distancia recorrida
- Bienestar y seguridad del personal de contacto y alumnos.
- Espacio Cubico
- Flexibilidad

### 3.5 Selección del tipo de distribución en planta para la escuela taller artesanal de telares

**Tipos de distribución en planta:**

- **POR PROCESO**

La cual consiste en agrupar las personas y los equipos que realizan funciones similares en una sección o área.

Ventajas	Desventajas
<b>Son sistemas flexibles para trabajo rutinario, por lo que son menos vulnerables a los pagos.</b>	Mano de obra especializada.
<b>Costos bajos.</b>	Costo de supervisión alto.
<b>Alto desarrollo tecnológico.</b>	La máquina no trabaja a su máxima capacidad.

Tabla 221 Ventajas y desventajas de la distribución en planta por procesos.

- **POR PRODUCTO**

Se agrupan máquinas y equipos para realizar actividades en secuencia, diseñada para adaptarse a volúmenes de producción altos.

Ventajas	Desventajas
Manejo de materiales reducido	Ausencia de flexibilidad en el proceso
Escasa existencia de trabajos en curso	Inversión elevada
Mínimos tiempos de fabricación	Alta dependencia
Simplificación de los sistemas de planificación y control de la producción	Trabajos monótonos
Simplificación de tareas	

**Tabla 222 Ventajas y desventajas de la distribución en planta por producto.**

- **POR PUESTO FIJO**

El producto se encuentra fijo al puesto de trabajo, de tal manera que todos los recursos se desplazan dentro o alrededor de él.

Nota: por las características de este tipo de distribución y las características del servicio a brindar no se considera para la evaluación la distribución por puesto fijo.

Para la evaluación se realiza una calificación en base a los siguientes factores:

- Volumen de servicios a brindar
- Sistema de producción a enseñar
- Flexibilidad
- Inversión
- Manejo de materiales
- Control de producción
- Desarrollo tecnológico

Con las ventajas y desventajas descritas anteriormente para cada tipo de distribución en evaluación se tiene lo siguiente:

<b>Factores \ Tipos de DP</b>	<b>Proceso</b>	<b>Producto</b>
Volumen de servicios a brindar	Bajos	Altos
Sistema de producción a enseñar	Intermitente	Continua
Flexibilidad	Alta	Baja
Inversión	Media	Alta
Manejo de materiales	Elevado	Reducido
Control de producción	Complejo	Simplificado
Desarrollo tecnológico	Alto	Bajo

**Tabla 223 Presentación de ventajas y desventajas de los tipos de distribución en planta por proceso y por producto.**

Con los factores antes presentados se realizará una evaluación a través del uso de la técnica de evaluación por puntos y se establecen características de la distribución de acuerdo a la puntuación de cada criterio, de la siguiente manera:

<b>Nivel de cumplimiento</b>	<b>Descripción</b>	<b>Puntaje</b>
<b>Alto</b>	Se adapta completamente a la institución	3
<b>Medio</b>	Es poco adaptable a la institución	2
<b>Bajo</b>	No se adapta a la institución	1

**Tabla 224 Criterios de evaluación para selección de distribución en planta de Escuela Taller.**

Fuente: Elaboración propia.

De lo anterior se obtiene la siguiente puntuación para los tipos de distribución en evaluación:

<b>Factores \ Tipos de DP</b>	<b>Proceso</b>	<b>Producto</b>
Volumen de servicios a brindar	3	1
Sistema de producción a enseñar	3	1
Flexibilidad	3	1
Inversión	3	1
Manejo de materiales	2	2

Control de producción	2	2
Desarrollo tecnológico	1	2
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>10</b>

Tabla 225 Puntuaciones obtenidas por las distribuciones en planta en evaluación.

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a los resultados obtenidos de la evaluación realizada el tipo de Distribución en Planta que se recomienda a utilizar es la **DISTRIBUCIÓN POR PROCESOS**.

### 3.6 Planeación sistemática de la distribución de MUTHER

El método sistemático para configurar plantas desarrollado por Muther (1973) se llama planeación sistemática de distribuciones (SLP). El objetivo del SLP es ubicar dos áreas con grandes relaciones lógicas y de frecuencia cercanas entre sí.

**Implementación de la Planeación Sistemática de la Distribución de Muther en la Escuela Taller.**

- **Diagrama de relaciones:**

Establecimiento de relaciones entre las diferentes áreas; una relación es el grado relativo de acercamiento, que se desea o que se requiere, entre diferentes actividades, áreas, departamentos, habitaciones, etc., según lo determine la información cuantitativa del flujo.

Para determinar las distintas relaciones entre las áreas de la Escuela Taller primero se establecen áreas de producción-capacitación como zonas propiamente del servicio de capacitación, producción y comercialización.

- Área de clases teóricas.
- Área para realización de cañones y canillas.
- Área de urdidor y trascañadera.
- Área de telares.
- Área de mesas de trabajo.
- Oficina de director o encargado de Escuela Taller.

- Área de bodega.
- Área de comercialización.
- Baños.

### Cuadro de proximidad

El cuadro de proximidad que se muestra a continuación presenta los diferentes niveles de importancia que permitirán realizar el diagrama de relaciones determinando así la cercanía que deben tener cada una de las áreas para brindar la formación como artesano textil, producción y comercialización de productos artesanales textiles tomando en cuenta las características de los componentes que integran la Escuela Taller.

Relación	Valores más cercanos	Valor	Líneas en el diagrama	Color
Absolutamente necesario	A	4	=====	Rojo
Especialmente importante	E	3	=====	Amarillo
Importante	I	2	=====	Verde
Ordinario o normal	O	1	=====	Azul
Sin importancia	U	0	=====	Naranja
No recomendable o indeseable	X	-1	=====	Café

Tabla 226 Cuadro de proximidad establecido por Muther para la implementación de distribución en planta.

### Cuadro de motivos

A continuación, se establecen los motivos por los cuales las distintas áreas de la Escuela Taller deben encontrarse próximas entre sí, esta tabla servirá para elaborar el diagrama de relaciones:



Código	Motivo
1	Flujo de materia prima en los diferentes pasos del proceso productivo
2	Disponibilidad de espacio
3	Por proximidad y accesibilidad
4	Supervisión y control de actividades

Tabla 227 Cuadro de motivos para proximidad de procesos en distribución en planta de la Escuela Taller.

Fuente: elaboración propia.

### Diagrama de Relaciones:

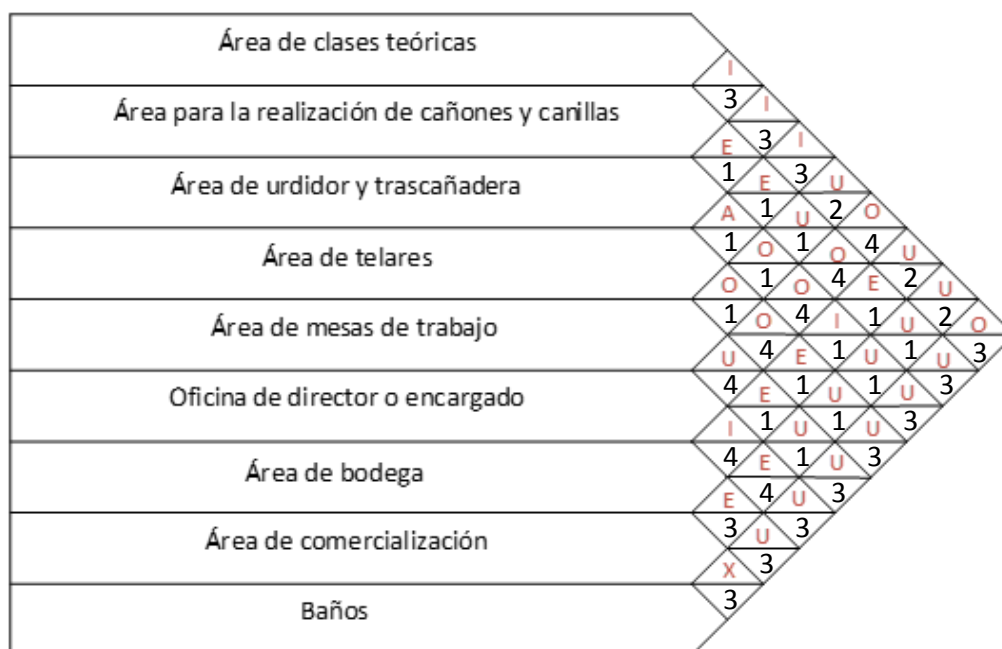


Ilustración 33 Diagrama de relaciones entre las diferentes áreas de la Escuela Taller

- **Establecer necesidades de espacio:**

Para determinar el área a requerir primero se establecen zonas de producción-capacitación como zonas propiamente del servicio de capacitación, producción y comercialización.

- Área de clases teóricas.

- Área para realización de cañones y canillas.
- Área de urdidor y trascañadera.
- Área de telares.
- Área de mesas de trabajo.
- Oficina de director o encargado de Escuela Taller.
- Área de bodega.
- Área de comercialización.
- Baños.

### **Área de clases teóricas:**

Se necesitarán 15 pupitres cuyas dimensiones individuales son:

Dimensiones generales: 54 x 87 x 65/73 cm

Altura del asiento: 39/44 cm

Asiento: 34 x 32 cm

Respaldo: 34 x 16 cm

También se considera la carga de ocupación tomando como referencia lo establecido por el Ministerio de Educación de El Salvador para la acreditación de colegios privados en su literal "E" de Infraestructura y Recursos Físicos en la cual se establece un estándar de un metro cuadrado por estudiante en aulas. Por lo anterior y considerando que en la Escuela Taller se formará como artesanos textiles a personas cuyo rango de edad está comprendido entre 16 y 35 años por lo que el tamaño de estos varía considerablemente y además considerando futuras expansiones en el número de alumnos a atender se determina establecer 2 metros cuadrados por persona, por lo que se tendrá 16 personas, 15 alumnos más un facilitador lo cual requieren un total de:

Metros cuadrados requeridos = 16 ocupantes x 2 metros cuadrados

**Área requerida = 32 m<sup>2</sup>.**

### **Área para la realización de cañones y canillas.**

Se tendrán tres tornos.

Las dimensiones del torno utilizado en este proceso son:

Dimensión: un soporte de 1.32m x 25cm, con 58cm de alto, que sostiene una rueda de 85cm de diámetro. El torno ocupa un área de 0.77m<sup>2</sup> a este dato se le suma 1m<sup>2</sup> que es el espacio utilizado por otros elementos como los cañones y canillas elaboradas o por elaborar. Por lo que se tiene:  $0.77\text{m}^2 + 1\text{m}^2 = 1.77\text{m}^2$  además se considera el factor del espacio por el cual circula la persona cuyo valor establecido es de 1.5 por lo que el área requerida es de:  $1.77\text{m}^2 \times 1.5 = 2.66\text{m}^2 \times 3$  **Área requerida 7.98 m<sup>2</sup>**

### **Área de urdidor y trascañadera**

Dimensiones de trascañadera: estructura armada de 2m x 1m x 80cm de alto, dimensiones urdidor: tiene una altura de 2.50m. La estructura giratoria tiene 2.07m de alto y 1.93m diametralmente, respecto del eje en que gira. Factor de circulación de personas 1.5, más espacio de separación entre urdidor y trascañadera el cual equivale a 3 m<sup>2</sup> de lo anterior se tiene:  $\text{Área requerida} = ((2\text{m} \times 1\text{m}) + (2.07\text{m} \times 1.93\text{m}) + 3\text{m}^2) \times 1.5$ , **Área requerida = 13.5 m<sup>2</sup>**

### **Área de telares**

En esta zona se tendrán un total de 5 telares cuyas dimensiones son:

2 x 2 x 1.8 m (ancho x largo x alto), al resultado obtenido se le adicionara el factor de circulación de personas 1.5.

$\text{Área requerida} = ((2\text{m} \times 2\text{m}) \times 5) \times 1.5$  **Área requerida = 30 m<sup>2</sup>**

### **Área de mesas de trabajo**

En esta zona se va a contar con dos mesas de trabajo cuyas dimensiones son:

2m x 1m y 1m x 1m, al resultado obtenido se le adicionara el factor de circulación de personas 1.5. Por lo que se tiene:

$\text{Área requerida} = (2\text{m} \times 1\text{m}) + (1\text{m} \times 1\text{m}) \times 1.5$  **Área requerida = 4.5 m<sup>2</sup>.**

### Oficina de director o encargado.

El área de esta zona se verá influenciada por la carga de ocupación la cual se toma como: Oficinas (superficie útil) 9.3 metros cuadrados por persona dato sacado de norma colombiana sobre cargas de ocupación dado que en El Salvador no se cuenta con una normativa para cargas de ocupación. Por lo que el área total de esta zona será de: **9.3m<sup>2</sup>** pues solo será para una persona.

### Área de comercialización

Para esta área se destina un espacio ubicada justo en la entrada principal de la casa de la cultura cuyas dimensiones son 4mx5m dando un **área de 20m<sup>2</sup>**.

### Área de bodega

Área destinada para resguardo de materia prima, insumos, maquinaria y mobiliario de la Escuela Taller por lo que se destina un área de **12.5 m<sup>2</sup>**.

### Área de baños

Estos ya se encuentran instalados en la Casa de la Cultura de San Sebastián y su **área es de 28.4m<sup>2</sup>** y se dispone de tres baños para dama y tres para caballeros.

De lo anterior se determina que el área total requerida es de:

Área	Metros cuadrados requeridos (m <sup>2</sup> )
Área de clases teóricas.	32
Área para la realización de cañones y canillas.	7.98
Área de urdidor y trascañadera	13.5
Área de telares.	30
Área de mesas de trabajo	4.5
Oficina de director o encargado de Escuela Taller.	9.3
Área de bodega.	12.72
Área de comercialización	20
Baños	28.4
<b>Total, de área requerida</b>	<b>158.40</b>

Tabla 228 Áreas requeridas por las distintas zonas que conformarán la Escuela Taller.

- **Diagrama de relaciones entre actividades:**

Con las instalaciones proporcionadas por la casa de la cultura se tienen ciertas limitaciones en cuanto a la disposición de ciertas áreas requeridas para la enseñanza de artesano textil, producción y comercialización de los productos textiles artesanales, entre estas áreas se tienen: baños, bodega, área de comercialización y oficina de director pues se encuentran ya determinadas y delimitadas dentro de la casa de la cultura de San Sebastián.

Diagrama de Relaciones 1:

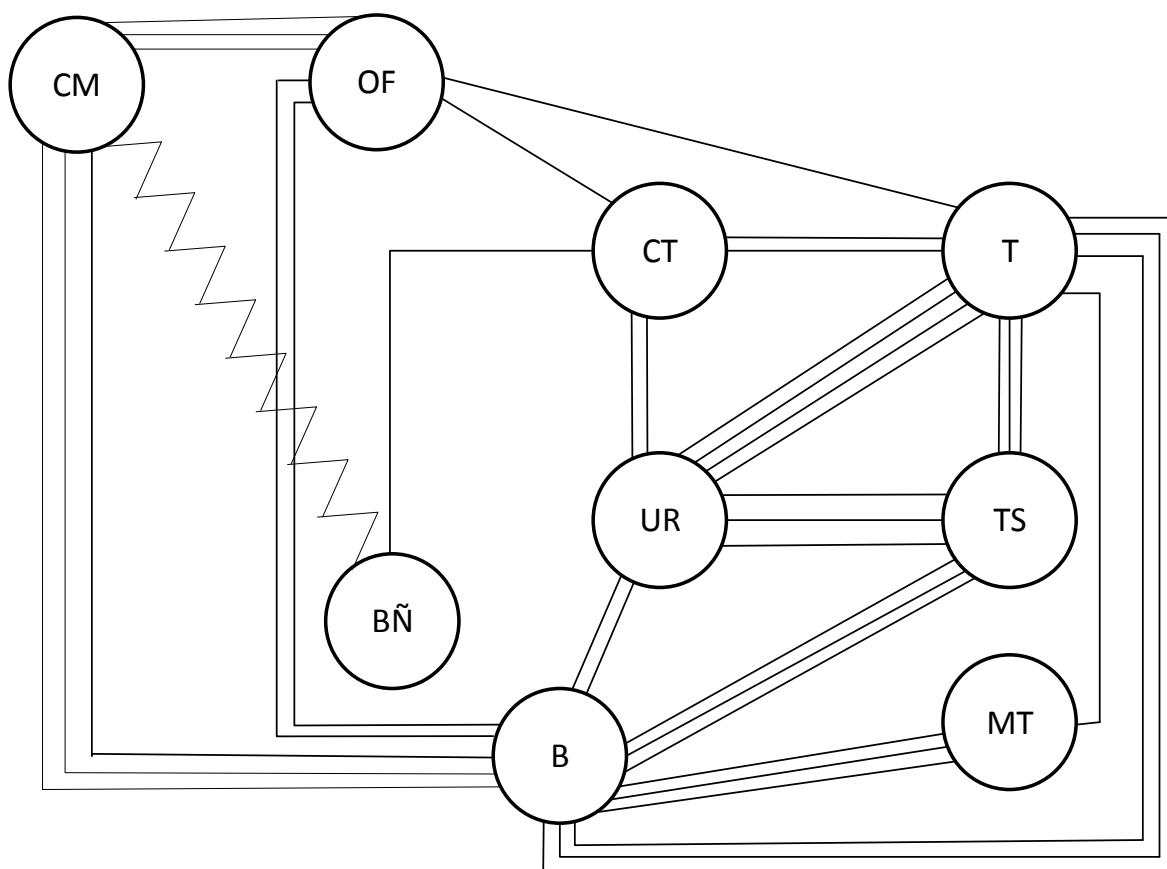


Ilustración 34 Diagrama de relaciones entre las distintas áreas de la Escuela Taller.

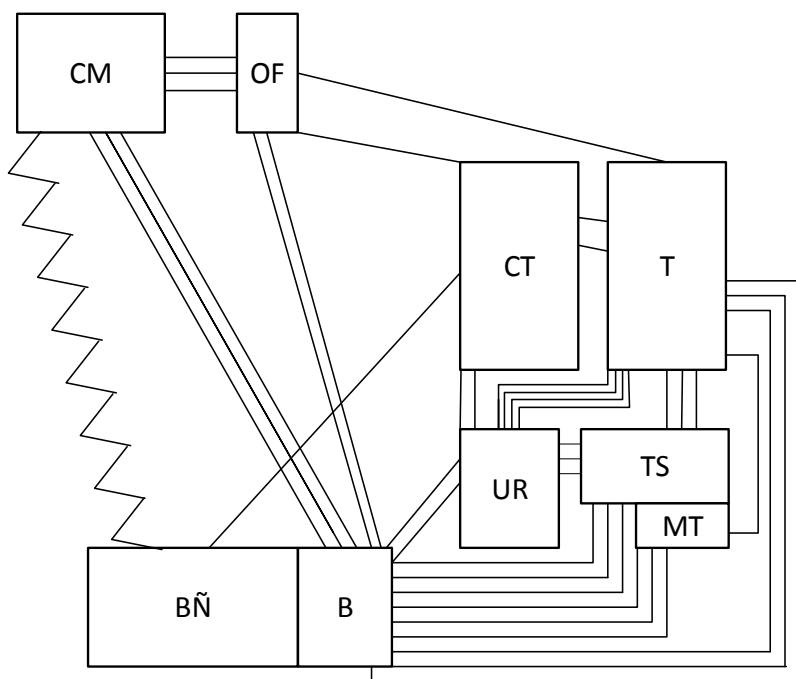
**Donde:**

- CM: Área de comercialización.

- OF: Oficina de director o encargado de Escuela Taller.
- CT: Área de clases teóricas.
- T: Área de telares.
- UR: Área de urdidor y trascañadera.
- TS: Área para la realización de cañones y canillas.
- BÑ: Baños.
- B: Área de bodega.
- MT: Área de mesas de trabajo.

- **Relaciones de espacio en la distribución de las instalaciones de la Escuela Taller:**

Con esta relación lo que se busca es proporcionar una idea más clara de la ubicación y dimensiones de las áreas que conformaran las instalaciones de la Escuela Taller basado en lo obtenido del diagrama de relaciones.



**Ilustración 35** Relación de espacio en la distribución en planta de la Escuela Taller

- **Evaluación de distribución alterna:**

Diagrama de Relaciones número 2 como evaluación para una segunda alternativa de implementación en la distribución de las distintas áreas que conforman las instalaciones de la escuela taller:

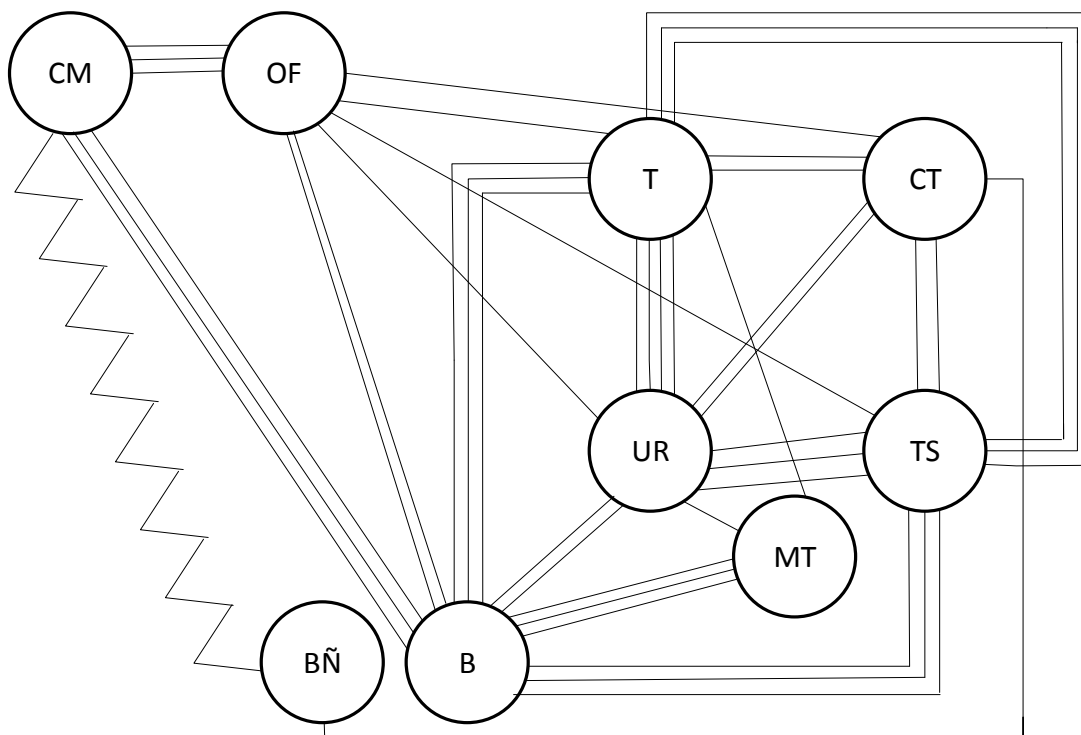


Ilustración 36 Evaluación de una distribución en planta alterna para la Escuela Taller.

- **Selección de distribución:**

De los diagramas de relaciones desarrollados se determina utilizar el diagrama número uno pues es el diagrama en el cual se ve una mejor distribución de todas las áreas involucradas en el desarrollo de las actividades de la Escuela Taller y cuya distribución final se presenta en el siguiente plano:

### **3.7 Plano de distribución en planta de Escuela Taller**





## **4 ORGANIZACIÓN DE LA ESCUELA TALLER**

En el presente estudio se determina la Estructura Organizativa que requiere el proyecto de la Escuela Taller, tomando en consideración las actividades y procesos, que se van a desarrollar durante la implementación y el funcionamiento de la Escuela Taller.

La Organización se puede definir de la siguiente manera, vista como una entidad la organización: es un conjunto de elementos, compuesto principalmente por personas, que interactúan entre sí bajo una estructura diseñada para que los recursos humanos, físicos, financieros, de información y otros, de forma coordinada, ordenada y regulada, para lograr determinados objetivos, los cuales pueden ser de lucro o no.

También se puede definir la Organización como una función de la administración: es el establecimiento de una estructura a las actividades de cada individuo, por lo que se debe garantizar la asignación de las tareas necesarias para el cumplimiento de las metas.

La Estructura Organizativa es una parte indispensable en el diseño y para la ejecución del proyecto, para lo cual se requiere tomar en cuenta las necesidades, considerando las fortalezas del mismo.

El propósito de determinar la Estructura Organizacional del proyecto, es lograr el cumplimiento de las metas trazadas y los objetivos deseados para el proyecto.

El resultado del diseño en este apartado, también debe corresponder a la planeación estratégica, por lo cual se requiere de definición de la misión, visión, objetivos y políticas, de acuerdo a los aspectos a considerar para su composición según Chiavenato (Planeación Estratégica).

## 4.1 Misión

Formar artesanos capacitados para desempeñarse en el oficio textil artesanal elaborando tejidos de calidad, contribuyendo así al rescate y preservación del patrimonio cultural del pueblo de San Sebastián y al desarrollo económico de éste.

## 4.2 Visión

Consolidarse como una Escuela Taller artesanal auto-sostenible, líder en la formación de artesanos textiles competentes y la elaboración de productos artesanales de calidad, que contribuya al bienestar social y económico del municipio de San Sebastián y de la Microrregión del Valle del Jiboa.

## 4.3 Objetivos

- Formar artesanos textiles en la elaboración de productos textiles en telar de palanca, con el propósito de reactivar al subsector textil artesanal en el municipio de San Sebastián y preservar el patrimonio cultural inmaterial.
- Cubrir a través de la capacitación la deficiencia de personal con los conocimientos y aptitudes para desempeñar algunas fases del proceso de elaboración de los productos, aumentando así el nivel de conocimiento de los artesanos.
- Propiciar el fortalecimiento del subsector textil artesanal y el oficio artesanal de los telares, mediante la incorporación de más personas en la actividad, aportando energía, creatividad y dinamismo.
- Brindar oportunidades de trabajo para personas del municipio, con el fin de convertirlos en personas productivas para la sociedad, generando ingresos para sus familias y alejarlos de la delincuencia y los vicios.

## 4.4 Valores

- **Inclusión:** brindar un servicio de formación artesanal tanto para hombres como para mujeres.

- **Respeto:** brindar un trato digno a todos los miembros que formen parte de la organización algo fundamental para lograr una integración armoniosa los miembros.
- **Participación:** fomentar el trabajo en equipo con una comunicación abierta que permita el desarrollo integral de los miembros.
- **Responsabilidad:** fomentar en los miembros de la organización la capacidad y criterio para alejarse actividades que no contribuyen en su desarrollo social y económico.
- **Calidad en el servicio:** brindar un servicio de formación que permita a las personas desarrollarse como artesanos capacitados para incorporarse a la vida productiva.
- **Innovación:** abiertos a nuevas ideas de formación que puedan contribuir con el bienestar social y económico de la municipalidad.
- **Creatividad:** Buscar permanentemente nuevas formas de hacer las cosas, de modo que ello sea beneficioso para el trabajador, la empresa, y la sociedad.
- **Laboriosidad:** Emplear el trabajo como una poderosa fuerza transformadora, para así alcanzar los objetivos de la Escuela Taller y hacer que ella logre los más altos niveles de productividad y desarrollo.
- **Solidaridad:** Generar compañerismo y un clima de amistad, trabajando juntos para cumplir nuestra misión y encaminarnos hacia el logro de nuestra visión. Tener permanente disposición para ofrecer a los demás un trato amable y brindarles apoyo generoso, al tiempo que se cumplen las tareas con calidad, eficiencia y pertinencia.

#### 4.5 Políticas

- Personal con integridad, disciplina, orden, respeto, honestidad y entusiasmo, para ofrecer una buena formación y buenos productos.
- Conocimiento pleno de las responsabilidades de cada puesto y cumplir con lo requerido por el cliente interno.

- Realizar los procedimientos correctamente, teniendo la dirección que velar por el cumplimiento de lo establecido, y realizar el control, seguimiento y evaluación correspondiente.
- Ser productivos en la realización del trabajo y en el empleo de los recursos materiales.
- Responsabilidad en el trabajo, velando por la eficiencia personal y de equipo para el logro de los objetivos establecidos.
- Espíritu de servicio, entendiendo el valor cultural que se aporta a al municipio de San Sebastián y en la elaboración de productos de calidad, que satisfagan a los clientes.
- Los fondos o recursos donados, serán usados íntegramente para la prestación del servicio de formación y en la producción de los tejidos para la venta.

## **4.6 Estructura Organizativa**

La Estructura Organizativa de la Escuela Taller corresponde con las necesidades y dimensión que requiere para su funcionamiento. La estructura organizativa de la Escuela Taller está consistentemente relacionada con la forma legal en que s constituye como una ADESCO.

La Escuela Taller debe ofrecer en primer lugar una buena formación y condiciones adecuadas, para generar el interés en aprender en las personas, y que luego de su formación estos sean capaces de elaborar productos de calidad, por otra parte, producir a precios adecuados, para que genere utilidad y siga creciendo.

Está claro que en un inicio la institución no será rentable, ni autosostenible, pero el objetivo es que, una vez superada la fase de arranque, esta pueda tener mejores condiciones y generar utilidades. Para ello es necesario administrarla, es decir, planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades, para cumplir con el propósito del proyecto.

De acuerdo con las dimensiones del proyecto, una de las alternativas fue el tipo de estructura lineal, que sería bastante flexible, con una persona encargada de la dirección, pero que no cumple con la delimitación de los diferentes componentes

del proyecto. Por ello se consideró también la alternativa de la Departamentalización por Funciones, para cumplir con el requerimiento de tener una clara separación de los distintos componentes del proyecto, como se detalló en la Etapa de Diagnostico.

La Departamentalización por Funciones consiste en agrupar tareas y actividades relacionadas con las diferentes funciones que se desarrollan en la empresa. Claramente las funciones más importantes de la Escuela Taller son el Servicio de Formación y Producción, también requiere definir la función de Comercialización. Otras actividades se consideran como parte de las responsabilidades de la Dirección General.

### *Descripción de Áreas Funcionales*

Entre las áreas que se deben considerar para la gestión tenemos las que cumplen directamente con la finalidad del negocio y las que permiten administrar los recursos de la mejor manera:

#### **Asamblea General**

La Asamblea General será la máxima autoridad de la Asociación y estará integrada por la totalidad de los socios. Entre sus atribuciones se encuentra la aprobación del presupuesto anual.

#### **Auditoría Externa**

El área encargada de ejercer las competencias de la alcaldía dentro de la organización será denominada Auditoría Externa. La que estará integrada por un funcionario o empleado de la alcaldía.

La alcaldía de San Sebastián como principal aportador de los fondos para la operación de la Escuela Taller tendrá dentro de la organización la función de ente regulador con el propósito de garantizar que los fondos que aporta sean utilizados para los fines previstos y gestionados de manera efectiva.

#### **Junta Directiva**

Encargada de discutir y tomar decisiones que sean de interés para el correcto desempeño de la organización, la junta directiva estará conformada por artesanos, estudiantes, dueños de talleres y comerciantes, todos residentes del municipio de San Sebastián.

### **Dirección**

Se encarga de que todo funcione de la mejor manera posible. Las cualidades que debe de cumplir la persona en este rol son, tener capacidad de liderazgo, comunicación y ser capaz de motivar al equipo de colaboradores; además deberá cumplir con las funciones que se relaciona con el dinero de la escuela taller. Es el encargado de conseguir el dinero, invertirlo, y percibirlo de las ventas que realice. Para el control puede usar registros de ingresos y gastos, inventarios.

### **Formación**

Es el área encargada de transmitir a las personas la destreza para elaborar productos. Contar con el personal para formar aprendices en las técnicas y conocimientos del oficio, mediante la implementación de una metodología que combine teoría y práctica.

### **Producción**

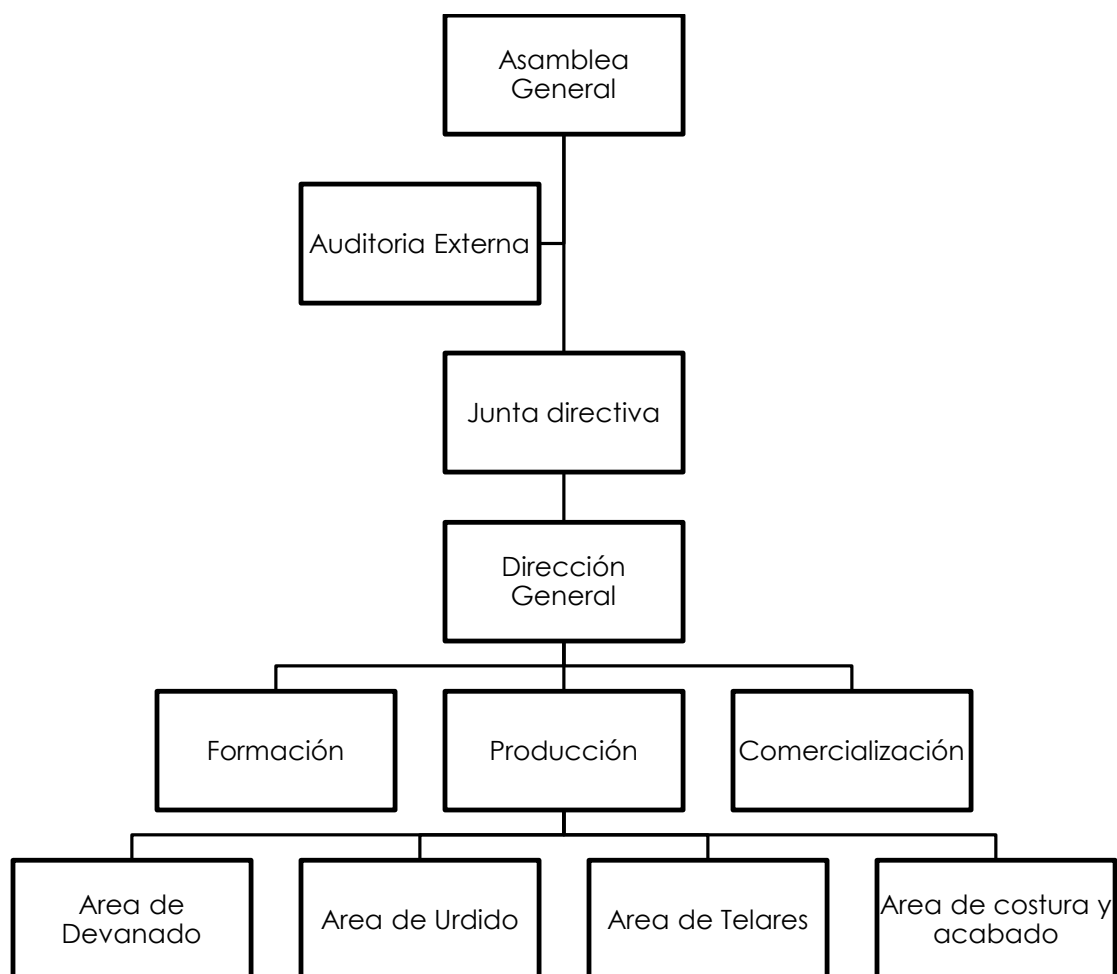
Área encargada de transformar la materia prima en productos. La institución debe definir las características, materiales, diseño, etc. y también la cantidad de producto a fabricar. En negocios como este, la producción se apoya en las compras para mantener el negocio abastecido.

### **Comercialización**

Es el área encargada del proceso de venta. Para que sea efectivo hay que satisfacer las necesidades de los clientes y a tiempo. También, atender las sugerencias del cliente para mejorar.

### *Organigrama de la Escuela Taller*

A continuación, se presenta el diseño de la Estructura Organizacional propuesta para la Escuela Taller.



**Ilustración 37 Estructura Organizativa Propuesta para la Escuela Taller. Fuente: Elaboracion Propia.**



## **4.7 Funciones Generales**

### **ASAMBLEA GENERAL**

Las funciones de la Asamblea general:

- a) Aprobar, reformar o derogar los estatutos y reglamentos de la Asociación.
- b) Elegir a los miembros de la Junta Directiva y destituirlos por causa justificada.
- c) Aprobar el presupuesto anual de la asociación.
- d) Aprobar la memoria de labores de la asociación, los informes de Tesorería y los demás que le presenta la Junta Directiva.
- e) Acordar disolución de la Asociación.
- f) Resolver todo lo no previsto en los presentes estatutos y otras disposiciones que emite la asociación.

### **AUDITOR EXTERNO**

Las competencias de la Auditor Externo son las siguientes:

- a) Vigilar que los fondos se utilicen para lo asignado.
- b) Realizar auditorías semestralmente en la Escuela Taller, sobre la utilización de fondos.
- c) Conocer de las observaciones y recomendaciones hechas por la Asociación Comunal a través de los diferentes espacios de participación ciudadana que cree y regule la Municipalidad de San Salvador;
- d) Promover y facilitar la incorporación de los artesanos, dueños de talleres, estudiantes de la escuela taller en la Asociación comunal y su participación organizada a través de la misma.

- e) Crear las condiciones en las delegaciones Distritales Municipales para asesorar a la Asociación Comunal, proporcionándoles respuestas prontas y oportunas;
- f) Facilitar y propiciar a través de la asociación comunal la participación ciudadana y el apoyo en los planes de desarrollo local en el oficio artesano textil.
- g) Intervenir a través de los funcionario(a)s y empleado(a)s municipales designado(a)s, en las actividades que desarrollen las Asociación Comunal de la Escuela Taller, velando siempre por que las mismas estén acordes con las disposiciones establecidas por esta Ordenanza y los Estatutos de la Asociación.
- h) Rendir informe de sus actuaciones a las Asociación Comunal en lo referente a materia financiera, de participación ciudadana, y otros.
- i) Velar porque las Asociación Comunal cumplan con las regulaciones contenidas en los estatutos.

## **JUNTA DIRECTIVA**

La junta directiva de la asociación estará integrada por 12 miembros con los siguientes cargos:

1. Presidente
2. Vicepresidente
3. Secretario
4. Pro-Secretario
5. Tesorero
6. Pro-Tesorero
7. Síndico
8. Vocales (5)

Las funciones de la Junta Directiva están definidas en los estatutos de la asociación, entre los que destacan:

- Administrar el patrimonio de la asociación
- Velar por el cumplimiento de los estatutos, soluciones de la Asamblea General.
- Elaborar el presupuesto anual de la Asociación y someterlo a consideración de la asamblea General.
- Autorizar al presidente para que celebre toda clase de contratos y proyectos de la Asociación, especialmente los aprobados por la Asamblea general.
- Aprobar los programas de trabajo a desarrollar por la asociación.
- Resolver todos los asuntos que no sean de la competencia de la Asamblea General.

### **Funciones de los cargos de la Junta directiva**

#### ***Presidente***

Funciones del presidente:

- Presidir las sesiones de la Junta Directiva y de la Asamblea General
- Convocar a los asociados a sesiones de la Asamblea y a los miembros de Junta Directiva
- Representar judicialmente y extrajudicialmente a la asociación
- Velar por el cumplimiento de los acuerdos de la Junta Directiva, de la Asamblea General y de los estatutos de la Asociación.
- Firmar con el Tesorero los cheques y documentos de gastos de la Asociación debidamente aprobados.
- Los demás que le encomiende la Junta Directiva.

#### ***Vicepresidente***

Funciones del vicepresidente:

- Colaborar con el presidente en el desempeño de sus funciones
- Sustituir al presidente en el así de ausencia o impedimento de este
- Debe desempeñar las comisiones que el presidente designe

- Las demás que el asigne estos estatutos y otras disposiciones que invita la asociación.

### **Secretario**

Funciones del secretario:

- Llevar el libro de actas de las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva
- Extender las credenciales y certificaciones de la Asociación que sean necesarias
- Llevar el archivo de la Asociación
- Enviar a los asociados las convocatorias a sesiones de Asamblea y Junta Directiva
- Llevar los registros de los asociados
- Recibir y despachar la correspondencia de la Asociación
- Las demás que por razones de su cargo le competen.

### **Pro-secretario**

Funciones del Pro-secretario:

- Colaborar con el secretario en caso de ausencia o impedimento de este
- Sustituir al secretario en caso de ausencia en el desempeño de sus funciones
- Las demás que asigne estos estatutos y otras disposiciones que invita la asociación

### **Tesorero**

Funciones del Tesorero:

- Recibir y guardar los fondos de la asociación en la institución que la Junta Directiva señale.
- Firmar con el presidente los cheques y documentos de gastos de la asociación debidamente aprobados.

- Elaborar el anteproyecto de presupuesto anual de la asociación y presentarlo a la Junta Directiva.
- Llevar los libros de contabilidad que fueren necesarios
- Presentar mensualmente a la Junta Directiva un informe de los ingresos de la Asociación
- Presentar balance de la situación de la Asociación
- Recopilar los comprobantes de gastos efectuados por la Asociación y representación a la Junta Directiva las veces que esta lo requiera.
- Las demás que por razones de su cargo les corresponda.

### **Pro-Tesorero**

Funciones del Pro-tesorero:

- Sustituir en caso de ausencia o impedimento de este.
- Colaborar con el tesoro en el desempeño de sus funciones
- Desempeñar las comisiones que se le asigne
- Las demás que por razones de su cargo le correspondan

### **Síndico**

Funciones del Síndico

- Velar especialmente por el cumplimiento de las resoluciones de la Junta Directiva y de la Asamblea General de los Estatutos y reglamentos de la asociación
- Colaborar en la elaboración de reformas a los estatutos y reglamentos de la asociación
- Las demás que le señalen la asamblea General y la Junta Directiva
- Donaciones o financiamientos que se obtengan

### **Vocales**

Funciones de los Vocales

- Sustituir y colaborar con los demás miembros de la Junta Directiva

- Desempeñar las comisiones que les asigne la asamblea general y la Junta Directiva
- Las demás que les señalen los estatutos y los reglamentos de la asociación

## **DIRECTOR GENERAL**

Las funciones básicas del director de la escuela artesanal de telares se desglosan de la siguiente manera:

- Planificar, organizar, dirigir, ejecutar, supervisar y evaluar todo lo referente al correcto servicio de formación.
- Conducir la elaboración y ejecución de las actividades a desarrollar en el proceso de formación.
- Delegar funciones a los miembros de la institución.
- Estimular el buen desempeño de los artesanos instructores en la realización de sus labores.
- Velar por el mantenimiento y conservación del mobiliario, equipamiento e infraestructura de la institución gestionar la adquisición y/o donación de mobiliario y equipamiento, así como también la rehabilitación de la infraestructura escolar.
- Realizar el control de las finanzas de la institución, llevar el control de las entradas y salidas de dinero, así como los inventarios de materiales e insumos.
- Función de compras: tiene como objetivo primordial adquirir adecuadamente materias primas y auxiliares, materiales, suministros, equipos y servicios necesarios para que la empresa desarrolle sus operaciones de forma satisfactoria.
- Velar por que se utilice de manera correcta los materiales, insumos y demás recursos empleados en las áreas de capacitación y producción.

- Verificar que se cumplan las asignaciones de los artesanos instructores, en el tiempo correcto y para las tareas designadas.

### **ARTESANOS INSTRUCTORES**

Las funciones de los artesanos instructores son:

- Colaborar con la elaboración y ejecución de las actividades a desarrollar en el proceso de formación.
- Transmitir los conocimientos necesarios para formar artesanos textiles calificados.
- Brindar por el mantenimiento y conservación del mobiliario.
- Apoyar en las actividades relacionadas con la escuela artesanal cuando se le requiera.

### **ARTESANOS PRODUCTORES**

Las funciones de los artesanos productores son:

- Cumplir con la elaboración de productos para la venta, con las características y calidad requeridos.
- Usar correctamente el equipo y herramientas de producción.
- Realizar el mantenimiento del equipo y conservarlo en buenas condiciones para la utilización.
- Hacer un adecuado uso de los materiales utilizados para la elaboración de los productos.

### **ALUMNOS**

Elemento principal para brindar el servicio. El papel del alumno dentro de la institución es:

- Asistir periódicamente a clases.

- Presentar una conducta de interés por formarse como artesano textil.
- Atender las instrucciones para el mantenimiento y conservación del mobiliario y equipo de la institución.
- Apoyar en las actividades relacionadas con la escuela artesanal cuando se le requiera.

## **ENCARGADO DE VENTAS**

Las funciones del encargado de ventas son:

- Definir como se realizarán las ventas en los diferentes canales de distribución
- Diseñar las estrategias de publicidad y ventas
- Mantener contacto con los clientes para concertar pedidos de productos y plazo de entrega.
- Coordinar las actividades de la sala de ventas
- Proveer de información de los productos a los potenciales clientes
- Asesorar a los potenciales clientes
- Atender a los clientes
- Retroalimentar al negocio con las quejas, reclamos y recomendaciones de los clientes.

En el desempeño de las funciones se debe atender a las siguientes condiciones:

Los Artesanos Instructores podrán ser los mismos que cumplan el rol de Artesanos Productores, dado que la realización de las funciones de los diferentes cargos se realiza con el mismo equipo y herramientas, pero en distinto horario.

Para el correcto funcionamiento del área productiva de la Escuela Taller se deben establecer las funciones básicas en una organización.



#### 4.7.1 Funciones de Producción

Cargo	Función
<b>Devanado</b>	En el área donde se elaboran las canillas y cañones, la persona que realiza el trabajo hace uso de un instrumento llamado torno o rueca descrito anteriormente. Las dimensiones del aparato conforman define el puesto de trabajo, en el que además se requiere de contendores donde se encuentren los conos de hilo con los que se harán las canillas y los cañones, que conforman la trama y urdimbre respectivamente.
<b>Urdidor</b>	El operario coloca los hilos en el urdidor de manera ordenada, realizando así el orden de según el diseño de la urdimbre para el tejido. En el área de urdido consta de dos instrumentos como lo son el urdidor y la trascañadera que sirve de soporte para la selección de los hilos.
<b>Tejedor</b>	Consiste en la elaboración del tejido, mediante el uso del telar, realizando la secuencia de movimientos correspondiente de acuerdo al diseño. El espacio de esta área está compuesto principalmente por el telar mismo. El artesano que realiza el trabajo con el telar está prácticamente confinado al área interior de la máquina.
<b>Costura</b>	El tejido elaborado es llevado al área de costura donde se encargan de realizar los acabados necesarios para el producto. La composición del área es la máquina de coser cuya mesa tiene un área de 35x93 cm. Adicionalmente se considera un área de 100x60 cm para la movilidad del trabajador.
<b>Empaquetado</b>	Constituida el área por una mesa de trabajo de 150x100 cm, el área para el operario sentado en una silla (150x60 cm) y el espacio que ocupan los contenedores de producto.

Tabla 229 Funciones de Producción

#### 4.7.2 Funciones de Administración

Función	Descripción
Dirección	<p>La Dirección se encarga de formular planes, estrategias y programas de desarrollo institucional que permitan alcanzar el objetivo.</p> <p>La dirección General tiene las siguientes funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Planificar:</b> establecer los objetivos de la empresa y el plan de acción y estrategias para llevarlos a cabo. Se trata de plasmar hacia dónde se dirige la empresa.</li><li>• <b>Organizar:</b> coordinar los recursos disponibles y fijar procedimientos y jerarquías, para poner en práctica los planes de acción previamente diseñados.</li><li>• <b>Liderar:</b> impulsar que los equipos se ajusten a los criterios y procesos establecidos, motivar y guiar a las plantillas en la consecución de los objetivos comunes.</li><li>• <b>Controlar:</b> evaluar si, durante el desarrollo, se están generando desajustes y adoptar nuevas medidas, que permitan retomar el camino correcto.</li></ul>
Finanzas	<p>La función de Finanzas consiste en instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad, a efecto de suministrar información que asista en la toma de decisiones, a promover la eficiencia y eficacia del control de gestión, a la evaluación de las actividades y facilite la fiscalización de sus operaciones, cuidando que dicha contabilización se realice con documentos comprobatorios y justificativos</p>

	<p>originales, y vigilando la debida observancia de las leyes, normas y reglamentos aplicables.</p> <p>Esta función también está a cargo de la realización de las compras. Tiene como objetivo primordial adquirir adecuadamente materias primas y auxiliares, materiales, suministros, equipos y servicios necesarios para que la empresa desarrolle sus operaciones de forma satisfactoria</p>
<b>Comercialización</b>	<p>La función del departamento de ventas es planear, ejecutar y controlar las actividades en este campo.</p> <p>Definir las acciones a realizar para llevar los productos a los consumidores potenciales, teniendo en cuenta los diferentes canales distribución.</p>

Tabla 230 Funciones Administrativas

#### 4.7.3 Cuadro de Cargos

Área	Cargo	Número Personas en Cargo	Descripción del cargo	Subalternos
<b>Junta Directiva</b>	<b>Presidente</b> <b>Vicepresidente</b> <b>Secretario</b> <b>Pro-Secretario</b> <b>Tesorero</b> <b>Pro-Tesorero</b> <b>Sindicato</b> <b>Vocales</b>	12	Es la forma del órgano de administración y de representación la asociación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Director General</li> </ul>

<b>Dirección</b>	<b>Director General</b>	1	El Director General es el responsable de realizar las funciones administrativas de la Dirección y Finanzas. Coordinando además el trabajo de las diferentes áreas que componen la Escuela Taller.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargado de Comercialización</li> <li>• Artesanos Instructores/ Productores</li> </ul>
<b>Formación</b>	<b>Artesano Instructor</b>	2	Son los encargados de ejecutar la formación de los alumnos de la Escuela Taller.	-
<b>Producción</b>	<b>Artesano Productor</b>	11	Encargados de realizar las funciones de producción, según la asignación del trabajo por parte del Director General.	-
<b>Comercialización</b>	<b>Encargado de Ventas</b>	1	Es el responsable de ejecutar la función de Comercialización.	-
<b>Total, de cargos</b>	27			

Tabla 231 Cargos de Trabajo

**Nota:** las personas desempeñados en los cargos de producción laboraran solamente 4 horas al día, excepto los instructores que realizaran 4 horas de trabajo como instructores y 4 horas como artesanos productores, obteniendo así un total de ocho horas laborales al día.

## 4.8 Manual de Organización y Funciones


	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 1 de 23




# Manual de Organización y Funciones

<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 2 de 23
<div>Contenido</div> <div>Introducción _____ Pág. 3</div> <div>Objetivos _____ Pág. 4</div> <div>Pensamiento Estratégico _____ Pág. 5</div> <div>Antecedentes _____ Pág. 6</div> <div>Marco Legal _____ Pág. 7</div> <div>Estructura organizacional _____ Pág. 8</div> <div>Descripción de Puestos _____ Pág. 9</div> <div>Junta Directiva _____ Pág. 9</div> <div>Presidente _____ Pág. 11</div> <div>Vicepresidente _____ Pág. 12</div> <div>Secretario _____ Pág. 13</div> <div>Pro-Secretario _____ Pág. 14</div> <div>Tesorero _____ Pág. 15</div> <div>Pro-Tesorero _____ Pág. 16</div> <div>Sindicato _____ Pág. 17</div> <div>Cinco Vocales _____ Pág. 18</div> <div>Director General _____ Pág. 19</div> <div>Encargado de Ventas _____ Pág. 21</div> <div>Artesano Instructor _____ Pág. 22</div> <div>Artesano Productores _____ Pág. 23</div>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 3 de 23
<div><h3>Introducción</h3><p>En el presente manual se muestra toda la información relevante sobre cada uno de los puestos de trabajo requeridos para el funcionamiento de la ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN y brindar el servicio de formación de artesanos, así como elaborar productos textiles artesanales de calidad.</p><p>Su diseño se realizó para mostrar los requisitos a cubrir en cada uno de los puestos de trabajo dentro de la ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN.</p></div>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 4 de 23

### Objetivos

#### Objetivo General

Definir cada uno de los puestos de trabajo de la ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN de manera formal con sus funciones principales.

#### Objetivos Específicos

- Presentar la Estructura Organizacional y los diferentes niveles jerárquicos de la institución.
- Identificar los requerimientos mínimos a considerar para los puestos de trabajo.
- Brindar una herramienta que permita facilitar el proceso de inducción del personal a la ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN.

<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>



	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 5 de 23

**Pensamiento Estratégico**


**Misión**

Formar artesanos capacitados para desempeñarse en el oficio textil artesanal elaborando tejidos de calidad, contribuyendo así al rescate y preservación del patrimonio cultural del pueblo de San Sebastián y al desarrollo económico de este.

**Visión**

Consolidarse como una Escuela Taller artesanal autosostenible, líder en la formación de artesanos textiles competentes y la elaboración de productos artesanales de calidad, que contribuyan al bienestar social y económico del municipio de San Sebastián y de la Microrregión del Valle del Jiboa.

<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 6 de 23

Antecedentes

La actividad textil artesanal de San Sebastián tiene una larga tradición que se ha venido desarrollando por generaciones, pero en la actualidad el número de artesanos dedicados al oficio ha decrecido, por lo cual se hace necesario capacitar a más personas que trabajen en el subsector.


En este contexto es que nace la iniciativa por parte de un grupo de colaboradores de la Alcaldía de San Sebastián, de crear una escuela donde se enseñe los conocimientos y las técnicas del oficio textil artesanal de los telares.

El proyecto cuenta también con un componente productivo, dedicándose a la comercialización de productos tradicionales, por lo que tiene un nombre que unifica las actividades que se desarrollan, Escuela Taller.

El proyecto busca beneficiar a un segmento de población joven del municipio, dándoles capacitación gratuita y la oportunidad de trabajar elaborando los productos tradicionales para la comercialización por parte de la Escuela Taller

El proyecto inicia operaciones capacitando a 15 alumnos por semestre.

<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 7 de 23
<div><div>Marco Legal</div><div><ul style="list-style-type: none"><li>• Ley de Fomento Protección y Desarrollo del Sector Artesanal</li><li>• Código Municipal</li><li>• Estatutos de Asociación de Desarrollo Comunal Escuela Taller Artesanal de Telares en San Sebastián, San Vicente</li></ul></div></div>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>



**ESCUELA TALLER DE TELARES  
DE SAN SEBASTIÁN**

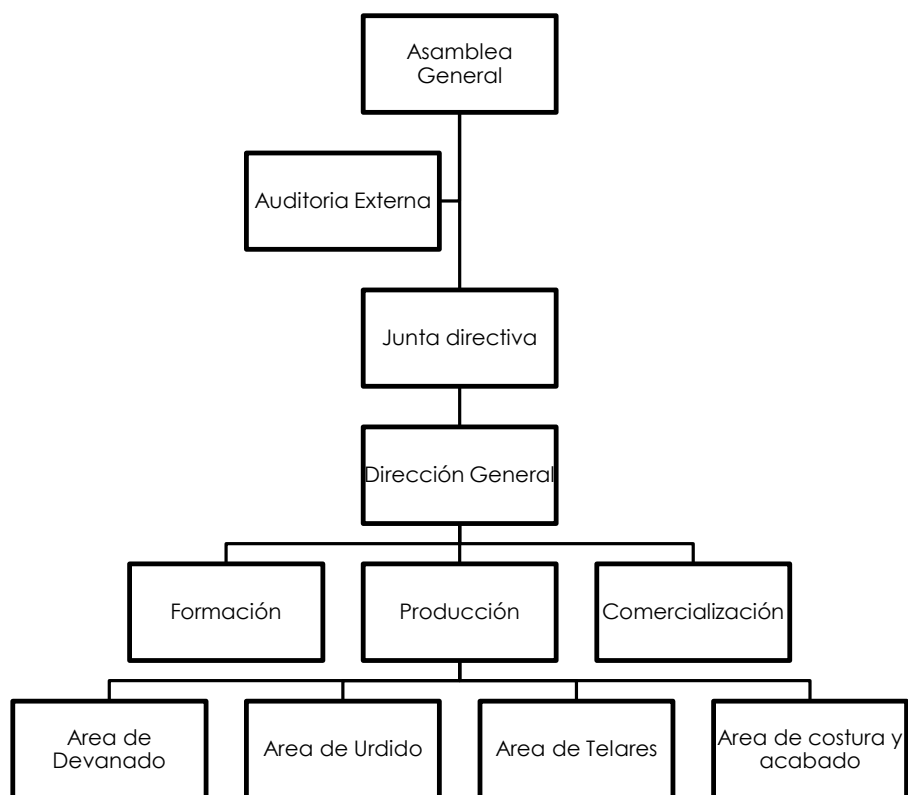
**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y  
FUNCIONES**

**Fecha de elaboración:**

Fecha última de revisión:

Página: 8 de 23


**Estructura Organizativa**





**Elaborado por:**


**Revisado por:**

**Autorizado por:**


	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 9 de 23
<b>Nombre del puesto Junta Directiva</b>	<b>Número de personal a cargo 11</b>	<b>Cargos subordinados Director General</b>
<p><b>Integrantes</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Un presidente</b></li> <li>2. <b>Un vicepresidente</b></li> <li>3. <b>Un secretario</b></li> <li>4. <b>Un Pro-Secretario</b></li> <li>5. <b>Un tesorero</b></li> <li>6. <b>Un Pro-Tesorero</b></li> <li>7. <b>Un Sindicato</b></li> <li>8. <b>Cinco Vocales</b></li> </ol> <p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>a) Administrar el patrimonio de la asociación</li> <li>b) Velar por el cumplimiento de los estatutos, soluciones de la Asamblea General.</li> <li>c) Elaborar la memoria anual de labores y someterla a consideración de la Asamblea General</li> <li>d) Elaborar el presupuesto anual de la Asociación y someterlo a consideración de la asamblea General.</li> <li>e) Velar por que los socios cumplan con sus obligaciones para con la Asociación</li> <li>f) Señalar las fechas de celebración de las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Asamblea General; convocar los socios y elaborar la agenda de la misma.</li> <li>g) Conocer las solicitudes de ingreso de los asociados y presentarlas a consideración de la Asamblea General.</li> <li>h) Conocer las solicitudes y reclamos de los socios de acuerdo a las disposiciones de los estatutos y reglamentos de la asociación.</li> <li>i) Autorizar al presidente para que celebre toda clase de contratos y proyectos de la Asociación, especialmente los aprobados por la Asamblea general.</li> </ol>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 10 de 23
<b>Nombre del puesto Junta Directiva</b>	Número de personal a cargo <b>11</b>	Cargos subordinados <b>Director General</b>
<p><b>(Continuación de funciones)</b></p> <p>j) Elaborar proyectos de reglamento de la Asociación, así como los proyectos de reforma a los estatutos y reglamentos.</p> <p>k) Aprobar los programas de trabajo a desarrollar por la asociación.</p> <p>l) Organizar seminarios, cursillos y otros eventos relacionados con los fines de la asociación.</p> <p>m) Resolver todos los asuntos que no sean de la competencia de la Asamblea General.</p> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <p>a) Ser mayor de 18 años</p> <p>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</p> <p>c) Observar buena conducta</p> <p>d) Estar solvente con la Asociación</p> <p>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</p>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>		<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>		Fecha última de revisión:
			Página: 11 de 23
<b>Nombre del puesto Presidente</b>	Número de personal a cargo <b>7</b>	Cargos subordinados <b>Demás de Junta Directiva</b>	
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Presidir las sesiones de la Junta Directiva y de la Asamblea General</li><li>b) Convocar a los asociados a sesiones de la Asamblea y a los miembros de Junta Directiva</li><li>c) Representar judicialmente y extrajudicialmente a la asociación</li><li>d) Velar por el cumplimiento de los acuerdos de la Junta Directiva, de la Asamblea General y de los estatutos de la Asociación.</li><li>e) Firmar con el Tesorero los cheques y documentos de gastos de la Asociación debidamente aprobados.</li><li>f) Los demás que le encomiende la Junta Directiva.</li></ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Ser mayor de 18 años</li><li>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</li><li>c) Observar buena conducta</li><li>d) Estar solvente con la Asociación</li><li>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</li></ul>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 12 de 23
<b>Nombre del puesto Vicepresidente</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Colaborar con el presidente en el desempeño de sus funciones</li> <li>b) Sustituir al presidente en el caso de ausencia o impedimento de este</li> <li>c) Debe desempeñar las comisiones que el presidente designe</li> <li>d) Las demás que el asigne estos estatutos y otras disposiciones que invita la asociación.</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ser mayor de 18 años</li> <li>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</li> <li>c) Observar buena conducta</li> <li>d) Estar solvente con la Asociación</li> <li>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>



	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 13 de 23
<b>Nombre del puesto Secretario</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -


**Descripción de Funciones a realizar**


- a) Llevar el libro de actas de las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva
- b) Extender las credenciales y certificaciones de la Asociación que sean necesarias
- c) Llevar el archivo de la Asociación
- d) Enviar a los asociados las convocatorias a sesiones de Asamblea y Junta Directiva
- e) Llevar los registros de los asociados
- f) Recibir y despachar la correspondencia de la Asociación
- g) Las demás que por razones de su cargo le competen.

**Requisitos para el puesto**

- a) Ser mayor de 18 años
- b) Competencia notoria para el desempeño del cargo
- c) Observar buena conducta
- d) Estar solvente con la Asociación
- e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.

<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 14 de 23
<b>Nombre del puesto Pro-Secretario</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Colaborar con el secretario en caso de ausencia o impedimento de este</li> <li>b) Sustituir al secretario en caso de ausencia en el desempeño de sus funciones</li> <li>c) Las demás que asigne estos estatutos y otras disposiciones que imita la asociación</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ser mayor de 18 años</li> <li>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</li> <li>c) Observar buena conducta</li> <li>d) Estar solvente con la Asociación</li> <li>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 15 de 23
<b>Nombre del puesto Tesorero</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -


**Descripción de Funciones a realizar**


- a) Recibir y guardar los fondos de la asociación en la institución que la Junta Directiva señale.
- b) Firmar con el presidente los cheques y documentos de gastos de la asociación debidamente aprobados.
- c) Elaborar el anteproyecto de presupuesto anual de la asociación y presentarlo a la Junta Directiva.
- d) Llevar los libros de contabilidad que fueren necesarios
- e) Presentar mensualmente a la Junta Directiva un informe de los ingresos de la Asociación
- f) Presentar balance de la situación de la Asociación
- g) Recopilar los comprobantes de gastos efectuados por la Asociación y representación a la Junta Directiva las veces que esta lo requiera.
- h) Las demás que por razones de su cargo les corresponda.


**Requisitos para el puesto**


- a) Ser mayor de 18 años
- b) Competencia notoria para el desempeño del cargo
- c) Observar buena conducta
- d) Estar solvente con la Asociación
- e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.


<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 16 de 23
<b>Nombre del puesto Pro-Tesorero</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sustituir en caso de ausencia o impedimento de este.</li> <li>b) Colaborar con el tesoro en el desempeño de sus funciones</li> <li>c) Desempeñar las comisiones que se le asigne</li> <li>d) Las demás que por razones de su cargo le correspondan</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ser mayor de 18 años</li> <li>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</li> <li>c) Observar buena conducta</li> <li>d) Estar solvente con la Asociación</li> <li>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>


	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 17 de 23
<b>Nombre del puesto Síndico</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Velar especialmente por el cumplimiento de las resoluciones de la Junta Directiva y de la Asamblea General de los Estatutos y reglamentos de la asociación</li> <li>b) Colaborar en la elaboración de reformas a los estatutos y reglamentos de la asociación</li> <li>c) Las demás que le señalen la asamblea General y la Junta Directiva</li> <li>d) Donaciones o financiamientos que se obtengan</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ser mayor de 18 años</li> <li>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</li> <li>c) Observar buena conducta</li> <li>d) Estar solvente con la Asociación</li> <li>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:


	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 18 de 23
<b>Nombre del puesto Vocales</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Sustituir y colaborar con los demás miembros de la Junta Directiva</li> <li>b) Desempeñar las comisiones que les asigne la asamblea general y la Junta Directiva</li> <li>c) Las demás que les señalen los estatutos y los reglamentos de la asociación</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Ser mayor de 18 años</li> <li>b) Competencia notoria para el desempeño del cargo</li> <li>c) Observar buena conducta</li> <li>d) Estar solvente con la Asociación</li> <li>e) Ser artesano, alumno de la escuela taller o miembro de la Alcaldía Municipal.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>


	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 19 de 23
<b>Nombre del puesto</b> <b>Director General</b>	Número de personal a cargo <b>11</b>	Cargos subordinados <b>Todos los demás cargos</b>
<p><b>Descripción de Funciones a realizar</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Encargado de transmitir todo lo acordado en Junta Directiva a los todos los involucrados de la institución.</li> <li>b) Planificar, organizar, dirigir, ejecutar, supervisar y evaluar todo lo referente al correcto servicio de formación.</li> <li>c) Conducir la elaboración y ejecución de las actividades a desarrollar en el proceso de formación.</li> <li>d) Delegar funciones a los miembros de la institución.</li> <li>e) Estimular el buen desempeño de los artesanos instructores en la realización de sus labores.</li> <li>f) Velar por el mantenimiento y conservación del mobiliario, equipamiento e infraestructura de la institución gestionar la adquisición y/o donación de mobiliario y equipamiento, así como también la rehabilitación de la infraestructura escolar.</li> <li>g) Función de Finanzas: se encarga de instrumentar y operar las políticas, normas, sistemas y procedimientos necesarios para garantizar la exactitud y seguridad en la captación y registro de las operaciones financieras, presupuestales y de consecución de metas de la entidad.</li> <li>h) Función de compras: tiene como objetivo primordial adquirir adecuadamente materias primas y auxiliares, materiales, suministros, equipos y servicios necesarios para que la empresa desarrolle sus operaciones de forma satisfactoria.</li> <li>i) Velar por que se utilice de manera correcta los materiales, insumos y demás recursos empleados en las áreas de capacitación y producción.</li> <li>j) Verificar que se cumplan las asignaciones de los artesanos instructores, en el tiempo correcto y para las tareas designadas.</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 20 de 23
<b>Nombre del puesto</b> <b>Director General</b>	Número de personal a cargo <b>11</b>	Cargos subordinados <b>Todos los demás cargos</b>
<p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Poblador de San Sebastián</li> <li>b) Experiencia y conocimientos en administración</li> <li>c) Experiencia en manejo de personal</li> <li>d) Capacidad para resolver problemas</li> <li>e) Manejo de software informático</li> <li>f) Proactivo</li> <li>g) Experiencia en trabajo en equipo</li> <li>h) Que tenga estudios de bachillerato</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:



	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>		<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>		Fecha última de revisión:
			Página: 21 de 23
<b>Nombre del puesto Encargado de Comercialización</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -	
<p><b>Descripción de funciones a realizar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Definir como se realizarán las ventas en los diferentes canales de distribución</li> <li>b) Diseñar las estrategias de publicidad y ventas</li> <li>c) Planear, ejecutar y controlar las actividades en este campo.</li> <li>d) Mantener contacto con los clientes para concertar pedidos de productos y plazo de entrega.</li> <li>e) Proveer de información de los productos a los potenciales clientes</li> <li>f) Asesorar a los potenciales clientes</li> <li>g) Atender a los clientes</li> <li>h) Retroalimentar al negocio con las quejas, reclamos y recomendaciones de los clientes.</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Poblador de San Sebastián</li> <li>b) Experiencia y conocimientos en administración</li> <li>c) Experiencia en manejo de personal</li> <li>d) Capacidad para resolver problemas</li> <li>e) Manejo de software informático</li> <li>f) Proactivo</li> <li>g) Experiencia en trabajo en equipo</li> <li>h) Que tenga estudios de bachillerato</li> <li>i) Experiencia en atención al cliente</li> </ul>			
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:	

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 22 de 23
<b>Nombre del puesto</b> <b>Artesano</b> <b>Instructor</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -
<p><b>Descripción de funciones a realizar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Colaborar con la elaboración y ejecución de las actividades a desarrollar en el proceso de formación.</li> <li>b) Transmitir los conocimientos necesarios para formar artesanos calificados.</li> <li>c) Brindar por el mantenimiento y conservación del mobiliario.</li> <li>d) Apoyar en las actividades relacionadas con la escuela artesanal cuando se le requiera.</li> <li>e) Dentro del área de capacitación se realizará la instrucción de los alumnos en las diferentes etapas del proceso de producción, como son: devanado, urdido, plegado, pegado o repaso y tejer.</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Experiencia en el campo de artesanía textil</li> <li>b) Haber sido capacitado por Escuela Taller de Telares o por Insaforp, en técnicas de enseñanza, para capacitar en el oficio artesano textil.</li> <li>c) Ser poblador de San Sebastián</li> <li>d) De preferencia tener conocimientos básicos en diseño, corte y confección.</li> <li>e) Experiencia en manejo de conflictos</li> <li>f) Comprometido con el trabajo</li> </ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER DE TELARES DE SAN SEBASTIÁN</b>		<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>		Fecha última de revisión:
			Página: 23 de 23
<b>Nombre del puesto</b> <b>Artesano</b> <b>Productor</b>	Número de personal a cargo <b>Ninguno</b>	Cargos subordinados -	
<p><b>Descripción de funciones a realizar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Las funciones de los artesanos productores son:</li> <li>b) Cumplir con la elaboración de productos para la venta, con las características y calidad requeridos.</li> <li>c) Usar correctamente el equipo y herramientas de producción.</li> <li>d) Realizar el mantenimiento del equipo y conservarlo en buenas condiciones para la utilización.</li> <li>e) Hacer un adecuado uso de los materiales utilizados para la elaboración de los productos.</li> <li>f) Para los puestos de trabajo del área de producción se requiere que las personas a contratar sean capaces de realizar todas las funciones del proceso productivo como son: devanado, urdido, pegado, plegado, tejer y acabados con costura (deseable).</li> </ul> <p><b>Requisitos para el puesto:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Experiencia en el campo de artesanía textil</li> <li>b) Haber sido capacitado por Escuela Taller de Telares o por Insaforp, en técnicas de enseñanza, para capacitar en el oficio artesano textil.</li> <li>c) Ser poblador de San Sebastián</li> <li>d) De preferencia tener conocimientos básicos en diseño, corte y confección.</li> <li>e) Experiencia en manejo de conflictos</li> <li>f) Comprometido con el trabajo</li> </ul>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

## 5 ASPECTOS LEGALES

Para el presente estudio se propone que la escuela taller tome una figura legal como ADESCO.

### **¿Qué es una ADESCO?**

Las Asociaciones de Desarrollo Comunal (ADESCOS) son entes de organización de la comunidad para promover el desarrollo a nivel comunal. Trabajan junto a la alcaldía para la promoción e implementación de proyectos que beneficien a la comunidad y mejoren sus condiciones de vida, en áreas tales como salud, educación, agua o infraestructuras. Están formados con no menos de veinticinco miembros, convocan asambleas comunitarias para discutir asuntos públicos y las necesidades de los ciudadanos, y median entre ciudadanos y autoridades. Estas instancias de participación están reconocidas por el Código Municipal de El Salvador y se han extendido por el país a nivel local.

Cada ADESCO trabaja y gestiona para el desarrollo de la comunidad. Tienen su domicilio legal en el lugar que les corresponde y trabajan en coordinación con el Alcalde Municipal.

Además de la Constitución Política, las Asociaciones de Desarrollo Comunal se encuentran reconocidas en el código municipal. Para atender de manera eficiente a las Asociaciones de Desarrollo Comunal, las alcaldías municipales designan a una persona específica en el cargo de PROMOTOR SOCIAL.

### **¿Cuáles son las leyes que rigen a las ADESCO's?**

Existen artículos tomados de la Constitución Política de la República y del Código Municipal (CM), en el cual se reconocen y amparan las Asociaciones de Desarrollo Comunal para constituirse y hacerse funcionar adecuadamente como ADESCO. A continuación, se detallan algunos artículos importantes:

En él se contemplan las bases legales que se necesitan para que las municipalidades se rijan bajo estas leyes y así cumplir con sus labores de la mejor

manera. Los artículos más importantes tomados de este código van del artículo 115 hasta el artículo 125.

- Art. 115 Es obligación de los gobiernos municipales promover la participación ciudadana, para informar públicamente de la gestión municipal, tratar asuntos que los vecinos hubieren solicitado y los que el mismo concejo considere conveniente.

- Art.116 Son mecanismos de participación ciudadana los siguientes:

- a) Sesiones públicas del concejo;

- b) Cabildo abierto;

- c) Consulta popular;

- d) Consulta vecinal y sectorial;

- e) Plan de inversión participativo;

- f) Comités de desarrollo local;

- g) Consejos de seguridad ciudadana;

- h) Presupuesto de inversión participativa; e

- i) Otros que el concejo municipal estime conveniente.

El secretario municipal levantará acta de todo lo actuado, cualquiera que sea el mecanismo de participación que se haya utilizado. (7)

- Art. 118 Los habitantes de las comunidades en los barrios, colonias, cantones y caseríos, podrán constituir asociaciones comunales para participar organizadamente en el estudio, análisis de la realidad social y de los problemas y necesidades de la comunidad, así como en la elaboración e impulso de soluciones y proyectos de beneficio para la misma. Las asociaciones podrán participar en el campo social, económico, cultural, religioso, cívico, educativo y en cualquiera otra que fuere legal y provechoso a la comunidad.

- Art. 119 Las asociaciones comunales, tendrán personalidad jurídica otorgada por el Concejo respectivo.

## **5.1 Procedimiento para constituir una ADESCO**

Los pasos a seguir para constituir una ADESCO se estipulan en los siguientes artículos:

- Art. 120 Las asociaciones comunales se constituirán con no menos de veinticinco miembros de la comunidad, de los cuales al menos el treinta por ciento deberán ser mujeres, mediante acto constitutivo celebrado ante el alcalde o funcionarios y empleados delegados para tal efecto, el cual se asentará en un acta, además, deberán elaborar sus propios estatutos que contendrán disposiciones relativas al nombre de la asociación, su carácter democrático, domicilio, territorio, objeto, administración, órganos directivos y sus atribuciones, quórum reglamentario, derechos y obligaciones de la asociación, normas de control, fiscalización interna, modificación de estatutos y todas las demás disposiciones necesarias para su funcionamiento. (16)

La constitución y aprobación de estatutos se hará en Asamblea General Extraordinaria especialmente convocada al efecto.

Art. 121.- las asociaciones constituidas de conformidad al artículo anterior, presentarán solicitud de inscripción y otorgamiento de personalidad jurídica al concejo respectivo, adjuntando el acta de constitución, los estatutos y la nómina de los miembros. El concejo deberá resolver a más tardar dentro de los quince días siguientes de presentada la solicitud.

Para los efectos del inciso anterior, el concejo constatará que los estatutos presentados contengan las disposiciones a que se refiere el art. 120 de este código y que no contraríe ninguna ley ni ordenanza que sobre la materia exista. En caso que el concejo notare alguna deficiencia que fuere subsanable, lo comunicará a los solicitantes para que lo resuelvan en el plazo de quince días contados a partir de la fecha de la notificación. Subsanadas que fueren las observaciones, el

concejo deberá resolver dentro de los quince días contados a partir de la fecha de la nueva solicitud.

Si el concejo no emitiera resolución en los casos y dentro de los plazos señalados en los incisos anteriores, a la asociación se le reconocerá la personalidad jurídica por ministerio de ley, quedando inscrita, y aprobados sus estatutos.

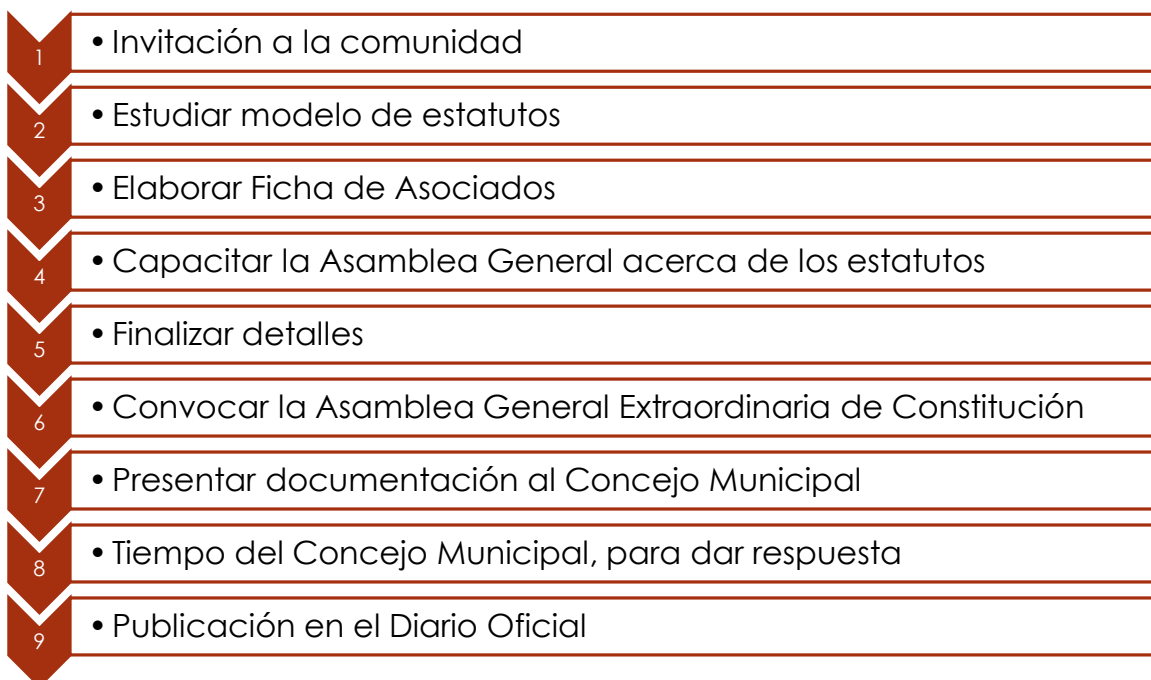
En el caso del inciso anterior, el concejo estará obligado a asentar la inscripción de la asociación y a ordenar inmediatamente la publicación del acuerdo de aprobación sus estatutos en el diario oficial.

Lo dispuesto en el inciso tercero de este artículo, no surtirá efectos en los casos de fuerza mayor o caso fortuito, previa comprobación de éstos, prorrogándose en ambos casos el plazo para resolver por el tiempo que duren los sucesos, acontecimientos o consecuencias producidas por el caso fortuito o fuerza mayor.

En todo caso el acuerdo de aprobación y los estatutos de la asociación deberán ser publicados en el diario oficial a costa de la asociación respectiva.

Las asociaciones deberán presentar a la municipalidad, en el mes de enero de cada año, una certificación de la nómina de asociados, inscritos en el libro respectivo y quince días después de su elección, la nómina de la nueva directiva electa. El incumplimiento de esta obligación será sancionado de acuerdo a la ordenanza respectiva. (7)

A continuación, se resumen los pasos a seguir para la formación de una ADESCO:



A continuación, se muestra un Modelo o instructivo propuesto de asociación para solicitar aprobación de estatutos y reconocimiento de personalidad jurídica (ver: Anexo 12).

## 5.2 Disolución de la ADESCO

Art. 121-A.- las asociaciones comunales podrán ser disueltas mediante acuerdo tomado en asamblea general extraordinaria especialmente convocada para ese efecto, con al menos el voto de las dos terceras partes de sus miembros. El acuerdo de disolución será asentado en acta y una certificación de la misma será enviada al concejo municipal para los efectos de cancelación de su personalidad jurídica y del registro en el libro de asociaciones comunales que lleva la municipalidad. Dicho acuerdo será publicado en el diario oficial.

Acordada la disolución se procederá a su liquidación de acuerdo al procedimiento que se establezca en este código. (7)

Art. 121-B.- son causales de disolución de las asociaciones comunales las siguientes:



- a) cuando el número de miembros que las integren sea menor al requerido para su constitución;
- b) por dedicarse a fines distintos a los establecidos en sus estatutos; y
- c) Por haber dejado de funcionar como asociación.

En los casos anteriores, el concejo municipal citará por escrito a los miembros de la asociación de que se trate, para efectos de notificarles la causal de disolución en que han incurrido y se les otorgará un plazo de sesenta días con el objeto de que las mismas sean subsanadas.

Transcurrido el plazo anterior, si persisten las causales de disolución detectadas, las autoridades municipales iniciarán ante el juez competente en materia civil el procedimiento de disolución judicial.

El fiscal general de la república, de oficio o a petición de cualquier autoridad pública, tendrá capacidad para promover la acción de disolución a que se refiere el inciso anterior.

En cualquier caso, la acción de disolución se tramitará en juicio sumario.

La certificación de la sentencia ejecutoriada que declara la disolución deberá inscribirse en el registro que al efecto lleva la municipalidad respectiva. Dentro del plazo de treinta días después de ejecutoriada la sentencia, el juez competente procederá de oficio a nombrar liquidadores y a señalarles sus facultades y el plazo para la liquidación. La certificación del nombramiento de liquidadores deberá inscribirse en el mismo registro.

Los bienes remanentes de una asociación pasarán a ser propiedad de la institución de beneficio local que haya sido designada en los estatutos. En caso de no existir tal designación, o en caso que la institución designada ya no tenga existencia legal, la designación será hecha por las autoridades municipales competentes.

En caso que la asociación comunal haya sido creada por la participación de más de un municipio, la distribución del remanente se hará en la forma establecida en el inciso anterior, debiendo en todo caso, las municipalidades involucradas,

designar las respectivas instituciones de beneficio comunal en sus respectivos municipios, a las que se distribuirá el remanente por partes iguales. (7)

Art. 122.- Las asociaciones comunales actualmente existentes con cualquier nombre que se les conozca y cualquier otro tipo de asociación similar existente con personalidad otorgada por el Ministerio del Interior, serán reconocidas en los términos de esta ley, debiendo dicho Ministerio trasladar a los respectivos Municipios los expedientes correspondientes a la constitución y actuaciones de las asociaciones.

Art. 123.- Los Municipios deberán propiciar la incorporación de los ciudadanos en las asociaciones comunales y su participación organizada a través de las mismas.

De igual manera a través de las asociaciones deberá propiciar al apoyo y participación en los programas estatales y municipales de beneficio general o comunal.

Art. 124.- El Concejo deberá reunirse periódicamente con las asociaciones comunales para analizar y resolver los problemas, elaborar y ejecutar obras de toda naturaleza de beneficio comunal.

Art. 125.- El Concejo podrá requerir la cooperación comunal mediante la incorporación de personas o de representantes de la comunidad en:

- a) Comisiones asesoras permanentes o especiales del propio Concejo;
- b) Comisiones o Juntas de carácter administrativo a las cuales se les encomienden gestiones específicas de orden material, cultural, cívico, moral y otras;
- c) Cualesquiera otras formas de organización o colaboración comunal.

### **5.3 ¿Cuáles son las funciones de las ADESCO?**

Las ADESCO tendrán como función fomentar el espíritu de comunidad, solidaridad y cooperación entre sus habitantes; así como promover las organizaciones juveniles

para involucrarlos en la ejecución de los proyectos comunitarios, con el objetivo de que formen parte del desarrollo y mejora en la calidad de vida de su comunidad.

Además, se deberán organizar actividades que permitan obtener ingresos, los cuales serán utilizados en el financiamiento ya sea total o parcial de los proyectos, pro mejoramiento de la comunidad o funcionamiento de la ADESCO.

Por otra parte, la formación de una Asociación de Desarrollo Comunal, implica diversidad de consecuencias, entendiéndose como tales derechos y obligaciones para la asociación, entre las que se pueden mencionar:

#### **DERECHOS:**

- Realizar legítimamente gestiones a nombre de la comunidad ante instituciones públicas y privadas: Buscar métodos que faciliten el desarrollo de la comunidad, así por ejemplo donativos de parte de las instituciones.
- Adquirir bienes a nombre de la comunidad: Los habitantes a través del esfuerzo conjunto de mejorar la calidad de vida del mismo, tienen derecho a adquirir bienes y estos serán registrados con el nombre de la ADESCO.

#### **BENEFICIOS:**

- Integrar jurídicamente a los habitantes de una comunidad que tienen objetivos comunes: Esto con el objeto de que todos los miembros de la ADESCO, estén debidamente registrados en el acta donde se encuentran los nombres, número de DUI y la firma, de todas aquellas personas que están en la disposición de colaborar para lograr lo planeado.
- Reconocer legalmente a la administración como tal: Se hace necesario obtener el reconocimiento legal (personalidad jurídica) para realizar cualquier tipo de actividad a nombre de la comunidad.

#### **OBLIGACIONES:**

- Realizar actividades de beneficio para la comunidad: La alcaldía de la localidad está en la obligación de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas,

pero así mismo los habitantes de la comunidad están en la obligación de recaudar fondos o materiales que serán utilizados en el proyecto solicitado.

- Realizar informes periódicamente a su asamblea y a la alcaldía municipal: La Asociación de Desarrollo Comunal debe estipular el día, hora y lugar en donde se reunirán para mantener informados a los miembros de la misma, a su vez la Junta Directiva de la comunidad, estará en la obligación de presentar los avances o el estado en el que se encuentra el proyecto.

#### **PROHIBICIONES:**

- Participar en actividades de política partidista: se debe de buscar el bien común de los habitantes sin importar el partido político que se encuentre en el gobierno, ya que el objetivo de los miembros debe ser buscar el desarrollo de la comunidad.

- Realizar actividades con fines religiosos: las actividades de la Asociación no deben estar orientadas a beneficiar a una denominación religiosa específica.

- Obtener lucro: los proyectos que se realicen no deben tener como objetivo principal obtener lucro para un grupo determinado de personas, sino como una alternativa para favorecer la ejecución de proyectos comunitarios.

De esta manera, se puede concluir que los miembros de las Asociaciones tienen reglamentos tanto internos por medio de sus estatutos, como externos, que son los que determina el Código Municipal, con el fin de regular las actividades pro mejoramiento de las comunidades.

Ver: Anexo 5 (Estatutos).

# ETAPA III: ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO, EVALUACIONES Y ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

---



## METODOLOGÍA



## **OBJETIVOS DE LA ETAPA**

### **Objetivo general**

- Conocer los beneficios de la implementación de la escuela taller de telares de San Sebastián, a través de la evaluación económica, financiera, social, ambiental y de género del proyecto.

### **Objetivos específicos**

- Determinar el costo de implementar la escuela taller de telares de San Sebastián, de manera que se tenga identificados los recursos que serán usados y aportar la información necesaria para la evaluación económica.
- Determinar los costos totales, que incluyen los costos de implementación y costos operativos en que incurriría la alcaldía de San Sebastián.
- Desarrollar evaluaciones económicas al proyecto con el propósito de conocer los montos necesarios para su financiación aportado por la alcaldía de San Sebastián.
- Desarrollar posibles escenarios del proyecto como una alternativa de financiación préstamo y el retorno posible sobre los medios de apalancamiento que se consideren pertinentes.
- Conocer el impacto de la escuela taller en el municipio de San Sebastián y en el subsector textil artesanal.



## 1 INVERSIONES DEL PROYECTO

En este punto se detallan las inversiones que se deben realizar para la construcción y funcionamiento de la escuela taller.

Las Inversiones del Proyecto, son todos los gastos que se efectúan en unidad de tiempo para la adquisición de determinados factores o medios productivos, los cuales permiten implementar una unidad de producción que a través del tiempo genera flujo de beneficios. Asimismo, es una parte del ingreso disponible que se destina a la compra de bienes y/o servicios con la finalidad de incrementar el patrimonio de la Empresa.

En la práctica toda Inversión de Proyectos tanto del sector público como privado, es un mecanismo de Financiamiento que consiste en la asignación de recursos reales y Financieros a un conjunto de programas de Inversión para la puesta en marcha de una o más actividades económicas, cuyos desembolsos se realizan en dos etapas conocido como: Inversión Fija y Capital de Trabajo.

En la práctica toda Inversión de Proyectos tanto del sector público como privado, es un mecanismo de Financiamiento que consiste en la asignación de recursos reales y Financieros a un conjunto de programas de Inversión para la puesta en marcha de una o más actividades económicas, cuyos desembolsos se realizan en dos etapas conocido como:

- Inversión Fija
- Capital de Trabajo.

## 1.1 Inversiones fijas

La Inversión Fija, es la asignación de recursos reales y Financieros para obras físicas o servicios básicos del Proyecto, cuyo monto por su naturaleza no tiene necesidad de ser transado en forma continua durante el horizonte de planeamiento, solo en el momento de su adquisición o transferencia a terceros. Estos recursos una vez adquiridos son reconocidos como patrimonio del Proyecto, siendo incorporados a la nueva unidad de producción hasta su extinción por agotamiento, obsolescencia o liquidación final.

### 1.1.1 Inversiones Fijas tangibles

La inversión tangible o física son gastos que se reflejan en bienes fácilmente identificables y son objetivos o reales. Los componentes de la inversión fija tangible durante la fase operativa del proyecto se clasifican de la siguiente manera:

Inversión fija tangible	Descripción
<b>Terreno</b>	La extensión del terreno requerido para la instalación y operación de la empresa estará directamente relacionada con el tamaño del proyecto, es decir por los requerimientos del espacio para el proceso productivo y por las necesidades de áreas empresariales complementarias relacionadas, establecidas en la ingeniería del proyecto. En este caso el apartado de terreno no entra en el estudio del proyecto.
<b>Obra Civil</b>	Este rubro se refiere a todas las actividades de construcción de la obra civil, desde la preparación del terreno (sí lo requiere) hasta la infraestructura externa e interna de todas sus áreas.
<b>Maquinaria y Equipo</b>	Este rubro comprende todos aquellos relacionados con la adquisición de la maquinaria, equipo, instrumentos y utensilios que serán indispensables en el proceso productivo.

<b>Mobiliario y Equipo de Oficinas</b>	El mobiliario y equipo de oficina, para la totalidad de áreas empresariales establecidas en la organización de la empresa.
--	--

**Tabla 232 Inversiones fijas tangibles**

La inversión fija tangible requerida para la implementación de la Escuela Taller tomando en cuenta apartados mencionados anteriormente se muestra a continuación:

**Obra Civil:**

Techo	Cantidad	Costo Unitario	Costo total
Lámina de aluminio de 6 metros.	28	\$28.20	\$789.60
Canal PVC estilo colonial de 6 metros de largo.	4	\$29.95	\$119.80
Canal PVC estilo colonial de 4 metros de largo.	2	\$19.95	\$39.90
Unión para canoa colonial.	4	\$1.45	\$5.80
Soporte para canoa colonial.	8	\$0.90	\$7.20
Capote para lámina 3.15 metros de largo.	5	\$13.95	\$69.75
Tornillo gol hex punta broca 12x1" c/a.	131	\$0.10	\$13.10
Pegamento transparente para PVC 1/16gal.	1	\$5.50	\$5.50
<b>Total</b>			<b>\$1,050.65</b>

**Tabla 233 Inversión fija tangible en obra civil.**

**Remodelación de edificio donde funciona la Escuela Taller:**

Producto	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Bloque.	567	\$0.53	\$300.31
Tabla roca.	6	\$19.50	\$108.33
Poste para instalación de tabla roca.	13	\$3.40	\$45.76
Angulo esquinero para instalación de tabla roca.	2	\$0.70	\$1.40
Tornillos para instalación de tabla roca.	120	\$0.10	\$12.00
Ventanas.	6	\$13.20	\$79.20

Puerta.	2	\$200.00	\$400.00
<b>Total</b>			<b>\$947.01</b>

Tabla 234 Inversión fija tangible por remodelación de instalaciones.

### Equipo:

Equipo	Cantidad	Precio unitario	Total
Telar	5	\$600.00	\$3,000.00
Urdidor	1	\$200.00	\$200.00
Trascañadera	1	\$100.00	\$100.00
Torno	3	\$150.00	\$450.00
Máquina de coser Janome Máquina de coser / 670TS5 / Eléctrica	1	\$260.00	\$260.00
Impresora	1	\$269.00	\$269.00
Computadora Marca HP, Modelo 15DB003LA, Tamaño Pantalla 15.6", Sistema operativo, Windows 10, Memoria Cache 1MB, Memoria RAM 4GB, Tamaño de Disco Duro 1TB, Procesador AMD A9-9425.	1	\$494.00	\$494.00
Calculadora CANON MP11DX-2 (Con impresora).	1	\$64.90	\$64.90
<b>Total</b>			<b>\$4,837.90</b>

Tabla 235 Inversión fija tangible en equipo

### Herramientas:

Herramientas	Cantidad	Precio Unitario	Total
Rastrillo	2	\$25.00	\$50.00
Tempial	5	\$15.00	\$75.00
Aviadura	5	\$60.00	\$300.00
Lanzadera	5	\$30.00	\$150.00
Tubos PVC para canillas (13.9 cm/ unidad, 3 tubos de PVC de 1 ¼ pulg.)	3	\$4.20	\$12.60

Tubos PVC para cañones (24.5 cm/ unidad, 4 tubos de PVC de 1 ¼ pulg.)	4	\$4.20	\$16.80
<b>Total</b>			<b>\$604.40</b>

Tabla 236 Inversión fija tangible en herramientas

### Mobiliario:

Mobiliario	Cantidad	Precio por unidad	Total
Mesa de trabajo Mesa cuadrada plegable color blanco 60% acero y 40% resina PAD ABC.	1	\$59.70	\$59.70
Mesa de trabajo Mesa cuadrada plegable color blanco 60% acero y 40% resina PAD ABC.	1	\$57.90	\$57.90
Pupitres unipersonales grandes (tradicionales).	15	\$29.00	\$435.00
Pizarra acrílica Pizarrón STUDMARK (Rotafolio, blanco, 68X104).	1	\$189.00	\$189.00
Estante metálico de 5 anaqueles Medidas: 1.80mts de alto X 0.90mts de ancho X 0.40 de fondo.	2	\$85.00	\$170.00
Escritorios cátedra.	2	\$115.00	\$230.00
Silla de trabajo gales negro.	2	\$59.90	\$119.80
Silla de espera de tela color negro.	4	\$18.95	\$75.80
Archiveros metálicos de 4 gavetas.	1	\$145.00	\$145.00
Vitrina: Medidas: 1.10mts X 0.60mts de 3 niveles.	1	\$175.00	\$175.00
<b>Total</b>			<b>\$1,657.20</b>

Tabla 237 Inversión fija tangible en mobiliario

### Material Didáctico:

Material didáctico	Cantidad	Precio por unidad	Total
Libros sobre tejeduría en telar de palanca: Weaving with Foot-Power Looms; Edward F. Worst.	4	\$20.00	\$80.00
A Handweaver's Pattern Book; Marquerite Poter Davison.			

Tabla 238 Inversión fija tangible en material didáctico.

### Resumen de la Inversión Fija Tangible:

Inversión Fija Tangible	Monto
Obra Civil Y Remodelación	\$ 1,997.66
Equipo	\$ 4,837.90
Herramienta	\$ 604.40
Equipo Mobiliario	\$ 1,657.20
Material didáctico	\$ 80.00
<b>Total</b>	<b>\$ 9,177.16</b>

Tabla 239 Resumen de la inversión fija tangible.

#### 1.1.1 Inversiones Fijas intangibles

En este rubro de inversión se incluyen a todos los gastos que se realizan en la fase pre operativo del proyecto que no sean identificados físicamente.

Esto se desglosa de la siguiente manera:

Inversión Intangible	Descripción
<b>Investigación y Estudios Previos.</b>	Este rubro no forma parte de la inversión inicial, sino más bien es parte de la pre-inversión y que se debe recuperar. Se establece como rubro que involucra los costos de realizar el estudio completo de factibilidad y estudios especializados complementarios.

<b>Gastos de Organización Legal.</b>	Incluye todos los gastos derivados de los trámites requeridos por las instituciones gubernamentales para legalizar la empresa, es decir todo lo que la empresa necesita para que pueda desarrollarse legalmente. Se incluyen en este rubro los gastos legales, notariales y los impuestos asignados por la formación de la empresa.
<b>Administración del proyecto.</b>	Se requiere de un personal capacitado para su administración del proyecto, que vaya desde el estudio de factibilidad, para conocer las condiciones de las etapas previas, hasta instalar o implementar la empresa productora, desarrollando todas aquellas actividades necesarias, para el buen funcionamiento de la propuesta. Para ello se necesita una buena organización que las ejecute en forma adecuada, por lo cual en este rubro se consideran los salarios de este personal y demás recursos para ello.

Tabla 240 Inversiones fijas intangibles

La inversión fija intangible requerida para la implementación de la escuela taller se desglosa de la siguiente manera:

#### Investigación y Estudios Previos:

Recursos	No. de analistas	Costo unitario	Costo Total
Honorarios	3	\$1,000.00	\$3,000.00
Viáticos	3	\$50.00	\$150.00
Impresiones	3	\$60.86	\$182.59
Empastado	3	\$60.00	\$180.00
Papelería	3	\$66.67	\$200.00
Internet	3	\$314.00	\$942.00
Luz	3	\$15.00	\$45.00
<b>Total</b>			<b>\$4,699.59</b>

Tabla 241 Inversión fija intangible en investigación y estudios previos.

#### Administración:

Paquete	Costo
Planificación	\$527.78
Obra civil y remodelación	\$233.33
Organización legal	\$177.78
Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario	\$88.89
Puesta en marcha	\$894.44
<b>Total</b>	<b>\$1,922.22</b>

Tabla 242 Inversión fija intangible en administración.

#### Gastos de organización Legal:

Rubro	Total
Honorarios de abogado.	\$300
Acuerdos.	\$500
Publicación en diario oficial.	\$60
<b>Total</b>	<b>\$860</b>

Tabla 243 Inversión fija intangible en gastos de organización legal.

#### Resumen de las Inversiones Intangibles:

Inversiones Intangibles	Total
Investigación y estudios previos	\$4,699.59
Administración	\$1,922.22
Gasto de organización legal	\$860
<b>Total</b>	<b>\$7,482.01</b>

Tabla 244 Resumen de las inversiones fijas intangibles.

#### 1.1.2 Imprevistos

Para el proyecto en estudio se considera un 10% de imprevistos sobre la base del total de inversión fija tangible e intangible por lo que se obtiene lo siguiente:



Inversión fija	Total (\$)	Total, de imprevistos (\$)
Tangible	\$ 9,177.16	<b>\$1,665.92</b>
Intangible	\$7,482.01	
Total, de inversión fija	\$16,659.17	

Tabla 245 Monto por imprevistos en el proyecto.

En resumen, el total de Inversión fija: Tangible, Intangible e Imprevistos a realizar es de:

Inversión fija	Total
Inversión fija tangible	\$9,177.16
Inversión fija Intangible	\$7,482.01
Total, de Inversión	\$16,659.17
% Imprevisto (10%)	\$ 1,665.92
<b>Total</b>	<b>\$18,325.09</b>

Tabla 246 Resumen de inversión fija.

## 1.2 Capital de trabajo

El Capital de Trabajo considera aquellos recursos que requiere el Proyecto para atender las operaciones de producción y comercialización de bienes o servicios y, contempla el monto de dinero que se precisa para dar inicio al Ciclo Productivo del Proyecto en su fase de funcionamiento. En otras palabras, es el Capital adicional con el que se debe contar para que comience a funcionar el Proyecto, esto es financiar la producción antes de percibir ingresos.

En efecto, desde el momento que se compran insumos o se pagan sueldos, se incurren en gastos a ser cubiertos por el Capital de Trabajo en tanto no se obtenga ingresos por la venta del producto final. Entonces el Capital de Trabajo debe financiar todos aquellos requerimientos que tiene el Proyecto para producir un bien o servicio final. Entre estos requerimientos se tiene:

- Materia Prima,
- Materiales directos e indirectos,
- Mano de Obra directa e indirecta,
- Gastos de Administración y comercialización que requieran salidas de dinero en efectivo.

La Inversión en Capital de Trabajo se diferencia de la Inversión fija y diferida, porque estas últimas pueden recuperarse a través de la depreciación y amortización diferida; por el contrario, el Capital de Trabajo no puede recuperarse por estos medios dada su naturaleza de circulante; pero puede resarcirse en su totalidad a la finalización del Proyecto.

Para el cálculo del Capital de Trabajo de la Escuela Taller se considera un periodo de 6 meses para su funcionamiento y se desglosa de la siguiente manera:

## Materia Prima

Materia Prima				
Descripción	Unidades	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total
Hilo de producción (1er y 2do trimestre).	lb	6,323	\$0.60	\$3,793.93
Hilo de capacitación (semestre).	lb	149	\$0.60	\$89.60
<b>TOTAL, DE MATERIA PRIMA</b>				<b>\$ 3,883.53</b>

Tabla 247 Capital de trabajo requerido en materia prima.

## Materiales e Insumos

Materiales directos de producción				
Descripción		Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Manguillo	Pares de manguillos	1,202	\$1.50	\$1,803.00
<b>Total, de Materiales directos de producción</b>				<b>\$1,803.00</b>

Tabla 248 Capital de trabajo requerido en materiales directos de producción.

Materiales Indirectos de producción				
Descripción	Unidades	Cantidad (unidad)	Costo Unitario	Costo Total
Etiqueta	Paquete de 100 etiquetas.	19	\$30.00	\$570.00
Empaque hamacas y colchas	Paquete de 100 empaques grandes.	19	\$3.00	\$57.00
Empaque mantel	Paquete de 100 empaques pequeños.	17	\$0.60	\$10.20
<b>Total, de Materiales indirectos de producción</b>				<b>\$637.20</b>

Tabla 249 Capital de trabajo requerido en materiales indirectos de producción.

Materiales de Capacitación				
Descripción	Unidades	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total
Papelería	Varios	NA	\$200.00	\$200.00
Garrafa de agua	Garrafas	50	\$2.50	\$125.00
Marcador Magistral Didact.C/4	Marcadores	15	\$5.90	\$88.50
Borrador	Borradores	2	\$1.10	\$2.20
Lapiceros	Caja de 12 lapiceros	2	\$2.00	\$4.00
<b>Total, de Materiales de Capacitación</b>				<b>\$419.70</b>

Tabla 250 Capital de trabajo en materiales de capacitación.

Insumos				
Descripción	Unidades	Cantidad	Precio Unitario	Total
Jabón de tocador	Botella de 800 ml	8	\$1.95	\$15.60
Papel Higiénico	Paquete de 4 rollos	24	\$2.87	\$68.88
Desinfectante de piso	Botella de 600 ml	12	\$1.65	\$19.80
Escobas	Escobas	3	\$2.10	\$6.30
Trapeadores	Trapeadores	2	\$4.95	\$ 9.90
Basurero	Basureros	3	\$8.35	\$25.05
<b>Total de Insumos</b>				<b>\$145.53</b>

Tabla 251 Capital de trabajo requerido en insumos.

A continuación, se muestra el cuadro resumen de Materiales e Insumos:

<b>Cuadro Resumen de Materiales e Insumos</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>
Materiales directos de producción	\$1,803.00
Materiales indirectos de producción	\$637.20
Materiales de capacitación	\$419.70
Insumos	\$145.53
<b>TOTAL MATERIALES E INSUMOS</b>	<b>\$3,005.43</b>

Tabla 252 Cuadro Resumen de Materiales e Insumos

### Mano de obra

<b>Mano de obra directa e indirecta</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Trabajadores</b>	<b>Costo Unitario (\$)</b>	<b>Costo Total</b>
Salario de director de escuela	1	\$503.33	\$3,020.00
Salario de capacitadores	2	\$377.50	\$4,530.00
Artesano Productor	7	\$188.31	\$7,909.00
Encargado de Ventas	1	\$377.50	\$2,265.00
<b>TOTAL, DE MANO DE OBRA</b>			<b>\$17,724.00</b>

Tabla 253 Capital de trabajo requerido en mano de obra directa.

### Servicios

<b>Servicios</b>			
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario (\$/mes)</b>	<b>Costo Total</b>
Energía Eléctrica	6 meses	\$36.85	\$221.07
Agua	6 meses	\$12.20	\$73.20
Telefonía	6 meses	\$35.00	\$210.00
<b>TOTAL, SERVICIOS</b>			<b>\$504.27</b>

Tabla 254 Capital de trabajo requerido en servicios.

A continuación, se muestra un resumen del costo total por cada apartado en concepto de capital de trabajo.

<b>Cuadro Resumen de Capital de Trabajo</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Costo Total</b>
Materia Prima	\$3,883.53
Materiales e Insumos	\$3,005.43
Mano de Obra	\$17,724.00
Servicios	\$504.27
<b>TOTAL</b>	<b>\$25,117.23</b>

Tabla 255 Resumen de montos de capital de trabajo por rubro.

### 1.3 Resumen de montos de Inversiones del proyecto

<b>Inversión Inicial</b>	<b>Monto de inversión</b>
<b>Inversión fija</b>	\$18,325.09
<b>Capital de trabajo</b>	\$25,117.23
<b>Total, Inversión Inicial</b>	<b>\$43,442.32</b>

Tabla 256 Montos de inversión.

## **2 COSTOS DEL PROYECTO**

### **2.1 Sistema de costos utilizados en el proyecto**

Para poder conocer cuánto cuesta un producto o servicio, es necesario llevar un control de los costos incluidos en el precio de venta, en donde la información deberá clasificarse y ordenarse de tal manera que permita ver todos los rubros y calcular los montos totales.

La estructura de costos a utilizar, es el sistema de Costeo Absorbente por Proceso, que consiste en agrupar los rubros que puedan cuantificarse en dinero de la empresa que puedan ser incluidos dentro de cuatro grupos generales en relación a la función que desempeñan: Costos de producción, Costos de Administración, Costos de Comercialización y Costo financiero, obteniendo un total anual por cada grupo, y luego obtener el total de todos ellos.

Para el caso del proyecto de la Escuela Taller no existe costo financiero dado que los fondos para su operación provendrán de la Alcaldía Municipal de San Sebastián con la intención de que esta se vuelva autosostenible con el paso del tiempo.

### **2.2 Establecimiento de costos**

En base a la estructura de Costeo Absorbente por Proceso se detallan los costos a incluir dentro de: Costos de producción, Costos de Administración, Costos de Comercialización y Costo financiero; todo esto con relación a la función que desempeñan obteniendo con estos totales de costos anuales por cada grupo y posteriormente un total anual donde se incluye cada categoría.

## 2.2.1 Costos de producción

### 2.2.1.1 Materia Prima

Presupuestos de compras de materia prima por trimestre para todos los años de estudio del proyecto, consideración de cero inventarios de materia prima tanto al final como al inicio de trimestre en los distintos años y precio por libra de hilo de \$0.60 constante en periodo de tiempo evaluado.

Para la determinación del costo anual de materia prima se parte del consumo previsto de libras de hilo a requerir trimestralmente durante cada año de estudio, inventario inicial e inventario final de cada trimestre y el precio de adquisición de la libra de hilo el cual se mencionó con anterioridad. Datos a necesitar determinados en la etapa de diagnóstico y diseño del proyecto.

Con los datos mencionados se procede a determinar los: Presupuestos de compra de materia prima, Presupuestos de consumo y el Costo anual de materia prima para cada año de estudio por lo que se tiene lo siguiente:

#### Para año 1.

#### **Presupuesto de compra de materia prima**

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Inventario Final Esperado	0	0	0	0
(+) Consumo Previsto en lb.	3,370	3,209	3,690	2,998
(=) Necesidades Totales en lb.	3,370	3,209	3,690	2,998
(-) Inventario Inicial	0	0	0	0
(=) Unidades de Compra en lb.	3,370	3,209	3,690	2,998
Precio de Adquisición	\$0.60	\$0.60	\$0.60	\$0.60
Presupuesto de Compras	\$2,022	\$1,926	\$2,214	\$1,799

Tabla 257 Presupuesto de compra de materia prima trimestral año 1.

El total del presupuesto de compras para el primer año es de \$7,960.



**Presupuesto de consumo:**

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Valor de inventario inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Presupuesto de compras	\$2,022	\$1,926	\$2,214	\$1,799
(=) Inventario disponible	\$2,022	\$1,926	\$2,214	\$1,799
(-) Inventario final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Presupuesto de consumo	\$2,022	\$1,926	\$2,214	\$1,799

Tabla 258 Presupuesto de consumo materia prima año 1.

**Costo anual de materia prima:**

Concepto	Total
(+) Inventario deseado, 31 de diciembre	\$ -
(-) Inventario estimado, 01 de enero	\$ -
(+) Compras de material	\$7,960
(=) Total de Compras de Materia Prima	\$7,960

Tabla 259 Costo anual de materia prima para año 1.

**Para año 2****Presupuesto de compra de materia prima**

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Inventario Final Esperado	0	0	0	0
(+) Consumo Previsto en lb.	3,902	3,713	4,299	3,439
(=) Necesidades Totales en lb.	3,902	3,713	4,299	3,439
(-) Inventario Inicial	0	0	0	0
(=) Unidades de Compra en lb.	3,902	3,713	4,299	3,439
Precio de Adquisición.	\$0.60	\$0.60	\$0.60	\$0.60
Presupuesto de Compras.	\$2,341	\$2,228	\$2,579	\$2,063

Tabla 260 Presupuesto de compras trimestral año 2.

El total del presupuesto de compras para el segundo año es de \$9,211.

## Presupuesto de Consumo

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Valor de inventario inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Presupuesto de compras	\$2,341	\$2,228	\$ 2,579	\$2,063
(=) Inventario disponible	\$2,341	\$2,228	\$ 2,579	\$2,063
(-) Inventario final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Presupuesto de consumo	\$2,341	\$ 2,228	\$ 2,579	\$2,063

Tabla 261 Presupuesto de consumo trimestral año 2.

## Costo anual de materia prima

Concepto	Total
(+) Inventario deseado, 31 de diciembre	\$ -
(-) Inventario estimado, 01 de enero	\$ -
(+) Compras de material	\$9,211
(=) Total de Compras de Materia Prima	\$9,211

Tabla 262 Costo anual de materia prima año 2.

## Para año 3

## Presupuesto de compras de materia prima

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Inventario Final Esperado	0	0	0	0
(+) Consumo Previsto en lb.	4,594	4,374	5,033	4,085
(=) Necesidades Totales en lb.	4,594	4,374	5,033	4,085
(-) Inventario Inicial	0	0	0	0
(=) Unidades de Compra en lb.	4,594	4,374	5,033	4,085
Precio de Adquisición	\$0.60	\$0.60	\$0.60	\$0.60
Presupuesto de Compras	\$2,756	\$2,624	\$3,020	\$2,451

Tabla 263 Presupuesto de compra de materia prima trimestral año 3.

El total del presupuesto de compras para el tercer año es de \$10,851.

## Presupuesto de Consumo

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Valor de inventario inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Presupuesto de compras	\$2,756	\$2,624	\$3,020	\$2,451
(=) Inventario disponible	\$2,756	\$2,624	\$3,020	\$2,451
(-) Inventario final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Presupuesto de consumo	\$2,756	\$2,624	\$3,020	\$2,451

Tabla 264 Presupuesto de consumo de materia prima trimestral año 3.

## Costo anual de materia prima

Concepto	Total
(+) Inventario deseado, 31 de diciembre	\$ -
(-) Inventario estimado, 01 de enero	\$ -
(+) Compras de material	\$10,851
(=) Total de Compras de Materia Prima	\$10,851

Tabla 265 Costo anual de materia prima año 4.

## Para año 4

## Presupuesto de compras de materia prima

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Inventario Final Esperado	0	0	0	0
(+) Consumo Previsto en lb.	5,174	4,925	5,702	4,592
(=) Necesidades Totales en lb.	5,174	4,925	5,702	4,592
(-) Inventario Inicial	0	0	0	0
(=) Unidades de Compra en lb.	5,174	4,925	5,702	4,592
Precio de Adquisición	\$0.60	\$0.60	\$0.60	\$0.60
Presupuesto de Compras	\$3,104	\$2,955	\$3,421	\$2,755

Tabla 266 Presupuesto de compras de materia prima año 4.

El total del presupuesto de compras para el cuarto año es de \$12,236.

## Presupuesto de Consumo

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Valor de inventario inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Presupuesto de compras	\$3,104	\$2,955	\$3,421	\$2,755
(=) Inventario disponible	\$3,104	\$2,955	\$3,421	\$2,755
(-) Inventario final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Presupuesto de consumo	\$3,104	\$2,955	\$3,421	\$2,755

Tabla 267 Presupuesto de consumo materia prima trimestral año 4.

## Costo anual de materia prima

Concepto	Total
(+) Inventario deseado, 31 de diciembre	\$ -
(-) Inventario estimado, 01 de enero	\$ -
(+) Compras de material	\$12,236
(=) Total de Compras de Materia Prima	\$12,236

Tabla 268 Costo anual de materia prima, año 4.

## Para año 5

## Presupuesto de compras de materia prima

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Inventario Final Esperado	0	0	0	0
(+) Consumo Previsto en lb.	6,135	5,840	6,724	5,452
(=) Necesidades Totales en lb.	6,135	5,840	6,724	5,452
(-) Inventario Inicial	0	0	0	0
(=) Unidades de Compra en lb.	6,135	5,840	6,724	5,452
Precio de Adquisición	\$0.60	\$0.60	\$0.60	\$0.60
Presupuesto de Compras	\$3,681	\$3,504	\$4,035	\$3,271

Tabla 269 Presupuesto trimestral de materia prima año 5.

El total del presupuesto de compras para el quinto año es de \$14,491.

## Presupuesto de Consumo

Concepto	1° Trimestre	2° Trimestre	3° Trimestre	4° Trimestre
(+) Valor de inventario inicial	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Presupuesto de compras	\$3,681	\$3,504	\$4,035	\$3,271
(=) Inventario disponible	\$3,681	\$3,504	\$4,035	\$3,271
(-) Inventario final	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=) Presupuesto de consumo	\$3,681	\$3,504	\$4,035	\$3,271

Tabla 270 Presupuesto de consumo de materia prima trimestral, año 5.

## Costo anual de materia prima

Concepto	Total
(+) Inventario deseado, 31 de diciembre	\$ -
(-) Inventario estimado, 01 de enero	\$ -
(+) Compras de material	\$14,491
(=) Total de Compras de Materia Prima	\$14,491

Tabla 271 Costo anual de materia prima, año 5.

### 2.2.1.2 Costo de mano de obra

El costo de mano de obra tanto directa o indirecta se verá reflejado según los salarios con los que contarán los colaboradores de la Escuela Taller para los cuales se muestra su desglose a continuación:

ELEMENTO	DIRECTOR	VENTAS	INSTRUCTORES	ARTESANOS PRODUCTORES	TOTAL, MANO DE OBRA ANUAL
Salario Mensual	\$400.00	\$300.00	\$300.00	\$149.65	\$ 39,967.44
Salario Anual	\$4,800.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$1,795.80	
Vacaciones (130% de 15 días)	\$260.00	\$195.00	\$195.00	\$97.27	
Aguinaldo (15 días)	\$200.00	\$150.00	\$150.00	\$74.83	
AFP Patrono (7.75%)	\$372.00	\$279.00	\$279.00	\$139.17	

<b>ISSS Patrono (7.50%)</b>	\$360.00	\$270.00	\$270.00	\$134.69
<b>Insaforp (1%)</b>	\$48.00	\$36.00	\$36.00	\$17.96
<b>SALARIO MENSUAL</b>	\$503.33	\$377.50	\$377.50	\$ 188.31
<b>SALARIO ANUAL</b>	\$6,040.00	\$4,530.00	\$4,530.00	\$2,259.72
<b>CANTIDAD DE EMPLEADOS</b>	1	1	2	9
<b>SALARIOS ANUALES</b>	<b>\$6,040.00</b>	<b>\$4,530.00</b>	<b>\$9,060.00</b>	<b>\$20,337.44</b>
<b>TOTALES</b>				

Tabla 272 Costo de mano de obra directa e indirecta.

El salario de los colaboradores que se desempeñaran como artesanos instructores y artesanos productores se proratea de la siguiente manera:

<b>Jornada</b>	<b>Horas semanales</b>	<b>% aplicado a salario anual</b>	<b>Salario Anual</b>
Capacitación	20	45.5%	\$4,118.18
Producción	24	54.5%	\$4,941.82
<b>TOTAL</b>	44		\$9,060.00

Tabla 273 Prorrateo de salario de colaboradores.

El monto prorrateado de salarios de capacitación se aplica como costo de mano de obra indirecta.

**Nota:** el salario de todos los colaboradores de la Escuela Taller se mantiene constante durante los primeros cinco años de funcionamiento de la misma.

#### 2.2.1.2.1 Costo de mano de obra directa

A continuación, se presenta el costo de mano de obra directa correspondiente a los primeros 5 años de funcionamiento de la Escuela Taller, tomando en cuenta el total de días laborales por año y el número de horas laborales diarias.

Año	Días Laborales	Número de horas laborales diarias	Número de horas laborales anuales por artesano	Número de horas laborales anuales totales	Salario anual de artesano productor	Número de artesanos productores	Total, de MOD anual	Costo hora de MOD
1	304	4	1216	10944	\$2,259.72	9	\$ 20,337.44	\$1.86
2	302		1208	12080		10	\$ 22,597.15	\$1.87
3	304		1216	13376		11	\$ 24,856.87	\$1.86
4	302		1208	14496		12	\$ 27,116.58	\$1.87
5	304		1216	15808		13	\$ 29,376.30	\$1.86

Tabla 274 Costo de mano de obra directa.

Con el costo de mano de obra directa por hora se determina el costo en el que se incurre por producto durante los primeros 5 años de funcionamiento del proyecto en concepto de mano de obra directa y se presenta en la siguiente tabla:

Producto	Tiempo de producción (h/ unidad)	1° año		2° año		3° año		4° año		5° año	
		Costo hora de MOD	Costo unitario de MOD	Costo hora de MOD	Costo unitario de MOD	Costo hora de MOD	Costo unitario de MOD	Costo hora de MOD	Costo unitario de MOD	Costo hora de MOD	Costo unitario de MOD
Hamaca	2.10	\$1.86	3.89	\$1.87	3.92	\$1.86	3.89	\$1.87	3.92	\$1.86	3.89
Mantel	0.81		1.50		1.51		1.50		1.51		1.50
Individual	0.38		0.71		0.72		0.71		0.72		0.71
Colcha	2.22		4.12		4.15		4.12		4.15		4.12

Tabla 275 Costo de mano de obra directa por producto para los primeros 5 años de funcionamiento del proyecto.

#### 2.2.1.2.2 Costo de mano de obra indirecta

En el caso del costo de mano de obra indirecta solo se consideran los dos artesanos que se desempeñaran como instructores de la Escuela Taller. Y para la determinación del mismo se parte del total de horas laborales anuales de

producción y del total del salario anual en concepto de mano de obra indirecta presentado en la tabla siguiente:

Mano de obra indirecta	Número de artesanos	Costo de MOI por cargo
Artesano Instructor	2	\$ 4,118.18
TOTAL		\$ 4,118.18

Tabla 276 Costo de mano de obra indirecta Artesano Instructor.

Con lo anterior se obtiene el costo por hora de MOI:

Año	Número de horas laborales anuales de producción	Salario anual total de MOI	Costo hora de MOI
1°	10944	\$ 4,118.18	\$0.38
2°	12080		\$0.34
3°	13376		\$0.31
4°	14496		\$0.28
5°	15808		\$0.26

Tabla 277 Número de horas laborales y Costo de mano de obra indirecta anual.

Una vez determinado el costo por hora en concepto de mano de obra indirecta se procede a determinar el costo unitario para los diferentes productos ofertados por la Escuela Taller siempre en concepto de MOI.

Producto	Tiempo de producción (h/ unidad)	1° año		2° año		3° año		4° año		5° año	
		Costo hora de MOI	Costo unitario de MOI	Costo hora de MOI	Costo unitario de MOI	Costo hora de MOI	Costo unitario de MOI	Costo hora de MOI	Costo unitario de MOI	Costo hora de MOI	Costo unitario de MOI
Hamaca	2.10	\$0.38	0.79	\$0.34	0.71	\$0.31	0.65	\$0.28	0.60	\$0.26	0.55
Mantel	0.81		0.30		0.28		0.25		0.23		0.21
Individual	0.38		0.14		0.13		0.12		0.11		0.10
Colcha	2.22		0.83		0.76		0.68		0.63		0.58

Tabla 278 Costo de mano de obra indirecta anual por producto.



### 2.2.1.3 Materiales e Insumos

Los costos por materiales e insumos se desglosan de la siguiente manera:

#### 2.2.1.3.1 Materiales indirectos de producción

En la siguiente tabla se presentan las diferentes cantidades y costos unitarios de los materiales indirectos de producción requeridos por la Escuela Taller durante sus primeros 5 años de funcionamiento, obteniendo así un costo total anual. Cabe destacar que dichos costos se mantienen constante durante los años de estudio y la cantidad a requerir se ve determinada por el plan de producción establecido en la etapa de diseño del proyecto.

Materiales indirectos de producción			Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
Descripción	Unidades	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total	Cantidad	Costo Total	Cantidad	Costo Total	Cantidad	Costo Total	Cantidad	Costo Total
Manguillo	Pares de manguillos	\$1.50	2670	\$4,004.53	3119	\$4,678.82	3661	\$5,492.08	4156	\$6,233.28	4910	\$7,365.66
Etiqueta	Paquete de 100 etiquetas	\$30.00	38	\$1,129.54	44	\$1,319.73	52	\$1,548.90	58	\$1,747.16	69	\$2,077.37
Empaque hamacas y cochas	Paquete de 100 empaques grandes	\$3.00	38	\$112.95	44	\$131.97	52	\$154.89	58	\$174.72	69	\$207.74

Empaque mantel	Paquete de 100 empaques pequeños	\$0.60	34	\$20.45	38	\$22.95	47	\$28.07	53	\$31.86	63	\$37.63
<b>Total</b>				<b>\$5,267.47</b>		<b>\$6,153.47</b>		<b>\$7,223.93</b>		<b>\$8,187.01</b>		<b>\$9,688.40</b>

Tabla 279 Costos anuales de materiales indirectos

#### 2.2.1.3.2 Costo por materiales de capacitación

Los materiales de capacitación a requerir con sus respectivos costos unitarios se muestran en la siguiente tabla donde también se presenta el costo total en el que se incurrirá por su adquisición.

Materiales de Capacitación			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario (\$)	Costo Total
Papelería	Varios (diferentes tipos)	\$414.80	\$414.80
Garrafa de agua	100	\$2.50	\$250.00
Marcador Magistral Didact.C/4	30	\$5.90	\$177.00
Borrador	4	\$1.10	\$4.40
Lapiceros	4 cajas de 12 unidades	\$2.00	\$8.00
<b>Total</b>			<b>\$854.20</b>

Tabla 280 Costos incurridos por materiales de capacitación.

### 2.2.1.3.3 Costo por insumos de capacitación

Los diferentes insumos necesarios para brindar el servicio de capacitación, así como la cantidad a requerir y precio unitario se detallan en la siguiente tabla.

Insumos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Total, anual
Jabón de tocador	16	\$1.95	\$31.20
Papel Higiénico	48	\$2.87	\$137.76
Desinfectante de piso	24	\$1.65	\$39.60
Escobas	6	\$2.10	\$12.60
Trapeadores	4	\$4.95	\$19.80
Basurero	6	\$8.35	\$50.10
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 291.06</b>

Tabla 281 Costos incurridos por insumos de capacitación.

Una vez detallados y establecidos los costos tanto de materiales como insumos requeridos en la capacitación de los nuevos artesanos textiles de San Sebastián se presenta el total de costos de manera resumida:

Materiales de Capacitación e insumos	
Descripción	Costo
Materiales de Capacitación	\$ 854.20
Insumos	\$291.06
<b>Total</b>	<b>\$1,145.26</b>

Tabla 282 Resumen de costos de materiales e insumos de capacitación.

Con el costo total de materiales e insumos de capacitación por unidad producida y la cantidad de unidades total a producir se obtiene el costo en el que se incurre por dichos materiales en la elaboración de un producto de los distintos ofertados. Dicho costo se obtiene dividiendo el costo total de materiales e insumos entre la cantidad total de productos a elaborar, cifra presentada en la siguiente tabla al igual que el costo unitario por materiales e insumos.

Producto	Cantidad a producir	Costo unitario
Hamaca	2,670	\$ 0.16
Mantel	1,171	\$ 0.16
Individual	2,236	\$ 0.16
Colcha	1,095	\$ 0.16
Total	<b>7,173</b>	

Tabla 283 Costo de materiales e insumos por unidad producida.

Costo unitario incurrido por materiales indirectos de producción más materiales e insumos de capacitación.

Productos	Costo unitario de materiales indirectos de producción	Costo unitario	Costo unitario de materiales
Hamaca	\$1.83	\$0.16	\$1.99
Mantel	\$0.006	\$0.16	\$0.17
Individual	\$0.006	\$0.16	\$0.17
Colcha	\$0.33	\$0.16	\$0.49

Tabla 284 Resumen de costos por materiales indirectos de producción, materiales e insumos de capacitación.

- RESUMEN DE COSTOS ANUALES POR MATERIALES DE PRODUCCIÓN, MATERIALES DE CAPACITACIÓN E INSUMOS.**

Estos se obtienen sumando todos los totales anuales de los materiales indirectos de producción, materiales de capacitación e insumos de capacitación.

Materiales e Insumos					
Descripción	Costo Total Año 1	Costo Total Año 2	Costo Total Año 3	Costo Total Año 4	Costo Total Año 5
Materiales Indirectos de producción	\$5,267.47	\$6,153.47	\$7,223.93	\$8,187.01	\$ 9,688.40
Materiales de Capacitación	\$854.20	\$854.20	\$854.20	\$854.20	\$854.20

Insumos	\$291.06	\$291.06	\$291.06	\$291.06	\$291.06
<b>Total</b>	<b>\$6,412.73</b>	<b>\$7,298.73</b>	<b>\$8,369.19</b>	<b>\$9,332.27</b>	<b>\$10,833.66</b>

Tabla 285 Resumen de costos por materiales de producción, materiales de capacitación e insumos anuales.

#### 2.2.1.4 Costos de depreciación

En este apartado se considera la depreciación del equipo y mobiliario destinado en las áreas de producción, capacitación y comercialización y es una disminución del valor o del precio de algo. Esta caída puede detectarse a partir de la comparación con el valor o el precio previo, o en relación a otras cosas de su misma clase.

Para las instalaciones donde se implementará el proyecto no se considera depreciación pues dichas instalaciones no son propias.

Para el equipo y mobiliario se calcula el valor de depreciación de la siguiente manera:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo unitario de compra (precio)} - \text{valor de recuperación}}{\text{vida fiscal (vida útil)}}$$

Para el valor de recuperación se considera cero al momento de realizar los cálculos.

#### 2.2.1.4.1 Costos anuales por depreciación

Equipo	vida útil (años)	Precio	Depreciación anual unitaria	Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
				Cantidad	Depreciación anual	Cantidad	Depreciación anual	Cantidad	Depreciación anual	Cantidad	Depreciación anual	Cantidad	Depreciación anual
Telar	5	\$600,00	\$120,00	5	\$600,00	6	\$720,00	7	\$840,00	8	\$960,00	9	\$1.080,00
Urdidor	5	\$200,00	\$40,00	1	\$40,00	1	\$40,00	1	\$40,00	1	\$40,00	1	\$40,00
Trascañadera	5	\$100,00	\$20,00	1	\$20,00	1	\$20,00	1	\$20,00	1	\$20,00	1	\$20,00
Torno	5	\$150,00	\$30,00	3	\$90,00	3	\$90,00	3	\$90,00	3	\$90,00	3	\$90,00
Máquina de coser	5	\$260,00	\$52,00	1	\$52,00	1	\$52,00	1	\$52,00	1	\$52,00	1	\$52,00
Computadora	2	\$494,00	\$247,00	3	\$741,00	3	\$741,00	3	\$ -	3	\$ -	3	\$ -
Impresora	2	\$64,90	\$32,45	1	\$32,45	1	\$32,45	1	\$ -	1	\$ -	1	\$ -
<b>Total</b>					<b>\$1.575,45</b>		<b>\$1.695,45</b>		<b>\$1.042,00</b>		<b>\$1.162,00</b>		<b>\$1.282,00</b>

Tabla 286 Costo anual por depreciación de equipo.

#### 2.2.1.4.2 Costos por Depreciación de Mobiliario.

Mobiliario	Cantidad	Precio Unitario	Costo de mobiliario	Vida Útil	Depreciación
Mesa de trabajo Mesa cuadrada plegable color blanco 60% acero y 40% resina PAD ABC	1	\$59,70	\$59,70	5	\$11,94
Mesa de trabajo Mesa cuadrada plegable color blanco 60% acero y 40% resina PAD ABC	1	\$57,90	\$57,90	5	\$11,58
Pupitres unipersonales grandes (tradicionales).	15	\$29,00	\$435,00	5	\$87,00
Pizarra acrílica Pizarrón STUDMARK (Rotafolio, blanco, 68X104)	1	\$189,00	\$189,00	5	\$37,80
Estante metálico de 5 anaqueles Medidas: 1.80mts de alto X 0.90mts de ancho X 0.40 de fondo	2	\$85,00	\$170,00	5	\$34,00
Escritorios cátedra	2	\$115,00	\$230,00	5	\$46,00
Silla de trabajo gales negro	2	\$59,90	\$119,80	5	\$23,96
Silla de espera de tela color negro	4	\$18,95	\$75,80	5	\$15,16
Archiveros metálicos de 4 gavetas.	1	\$145,00	\$145,00	5	\$29,00
Vitrina Medidas: 1.10mts X 0.60mts de 3 niveles	1	\$175,00	\$175,00	5	\$35,00
<b>Total</b>					<b>\$331,44</b>

Tabla 287 Costo de depreciación Mobiliario.

### 2.2.1.5 Costos por servicios

#### Costo de agua potable

AGUA POTABLE	2020	2021	2022	2023	2024
Descripción	Consumo				
Consumo Mensual de Agua Potable de Producción (m3)	6	6	7	7	8
Consumo Mensual de Agua Potable de Administración y Capacitación (m3)	2	2	2	2	2
Consumo Mensual Total de Agua Potable (m3)	8	8	9	9	10
Tarifa Acueducto (\$0,90/m3) Tarifa Alcantarillado (\$5,00)					
Descripción	Monto				
<b>COSTO MENSUAL TOTAL</b>	\$ 12.20	\$ 12.20	\$ 13.10	\$ 13.10	\$ 14.00
<b>COSTO ANUAL TOTAL</b>	\$ 146.40	\$ 146.40	\$ 157.20	\$ 157.20	\$ 168.00
Prorratio de Consumo Total de Producción (%)	75%	75%	78%	78%	80%
<b>Costo Mensual de Producción</b>	\$ 9.15	\$ 9.15	\$ 10.19	\$ 10.19	\$ 11.20
<b>Costo Anual de Producción</b>	\$ 109.80	\$ 109.80	\$ 122.27	\$ 122.27	\$ 134.40
Prorratio de Consumo Total de Administración y Capacitación (%)	25%	25%	22%	22%	20%
<b>Costo Mensual de Administración y Capacitación</b>	\$ 3.05	\$ 3.05	\$ 2.91	\$ 2.91	\$ 2.80
<b>Costo Anual de Administración y Capacitación</b>	\$ 36.60	\$ 36.60	\$ 34.93	\$ 34.93	\$ 33.60



Costos de energía eléctrica

Consumo de energía eléctrica

CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA			2020		2021		2022		2023		2024	
Concepto	Potencia KW	Cantidad	Horas/mes	Consumo mensual KWh	Horas/mes	Consumo mensual KWh	Horas/mes	Consumo mensual KWh	Horas/mes	Consumo mensual KWh	Horas/mes	Consumo mensual KWh
CONSUMO DE ENERGÍA DE PRODUCCIÓN												
Máquina de Coser	0.075	166.67	1	12.50	1	12.50	1	12.50	1	12.50	1	12.50
Iluminación	0.04	166.67	7	46.67	8	53.33	9	60.00	10	66.67	11	73.33
Consumo Mensual de Producción				59.17		65.83		72.50		79.17		85.84
CONSUMO DE ENERGÍA DE ADMINISTRACIÓN Y CAPACITACIÓN												
Computadora Laptop	0.09	166.67	1	15.00	1	15.00	1	15.00	1	15.00	1	15.00
Impresora	0.37	166.67	1	61.67	1	61.67	1	61.67	1	61.67	1	61.67
Iluminación	0.04	166.67	4	26.67	4	26.67	4	26.67	4	26.67	4	26.67
Consumo Mensual de Administración y Capacitación				103.34		103.34		103.34		103.34		103.34
CONSUMO MENSUAL TOTAL DE ENERGÍA				162.50		169.17		175.84		182.50		189.17

Tabla 288 Consumo de energía eléctrica

Detalle de costos de energía eléctrica

ENERGÍA ELÉCTRICA	2020	2021	2022	2023	2024
Cargo de Comercialización (\$ 0,96515)					
Cargo por Energía (Variable) (\$ 0,160298 / kWh)					
Cargo de Distribución (\$ 0,060497 / kWh)					
Descripción	Monto				
COSTO MENSUAL TOTAL	\$ 36.85	\$ 38.32	\$ 39.79	\$ 41.26	\$ 42.73

<b>COSTO ANUAL TOTAL</b>	<b>\$ 442.14</b>	<b>\$ 459.80</b>	<b>\$ 477.47</b>	<b>\$ 495.13</b>	<b>\$ 512.80</b>
Prorratio de Consumo Total de Producción (%)	36%	39%	41%	43%	45%
<b>Costo Mensual de Producción</b>	<b>\$ 13.42</b>	<b>\$ 14.91</b>	<b>\$ 16.41</b>	<b>\$ 17.90</b>	<b>\$ 19.39</b>
<b>Costo Anual de Producción</b>	<b>\$ 160.98</b>	<b>\$ 178.94</b>	<b>\$ 196.87</b>	<b>\$ 214.78</b>	<b>\$ 232.68</b>
Prorratio de Consumo Total de Administración y Capacitación (%)	64%	61%	59%	57%	55%
<b>Costo Mensual de Administración y Capacitación</b>	<b>\$ 23.43</b>	<b>\$ 23.41</b>	<b>\$ 23.38</b>	<b>\$ 23.36</b>	<b>\$ 23.34</b>
<b>Costo Anual de Administración y Capacitación</b>	<b>\$ 281.16</b>	<b>\$ 280.87</b>	<b>\$ 280.60</b>	<b>\$ 280.35</b>	<b>\$ 280.12</b>

Tabla 289 Detalle de costos de energía eléctrica

### Costos de telefonía

Telefonía	
Costo mensual de Telefonía	\$ 35.00
Costo Anual de Telefonía	<b>\$ 420.00</b>

Tabla 290 Costos de telefonía

Para este apartado se consideran los costos incurridos en los siguientes servicios:

SERVICIOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Descripción	Cantidad a producir	Costo de telefonía	Costo de telefonía	Costo de telefonía	Costo de telefonía
Costo Anual de Agua Potable	\$146,40	\$ 146,40	\$157,20	\$157,20	\$168,00
Costo Anual de Energía Eléctrica	\$ 442,14	\$ 459,80	\$477,47	\$495,13	\$512,80
Costo Anual de Telefonía	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00	\$420,00
<b>COSTO TOTAL DE SERVICIOS</b>	<b>\$1.008,54</b>	<b>\$1.026,20</b>	<b>\$1.054,67</b>	<b>\$1.072,33</b>	<b>\$1.100,80</b>

Tabla 291 Costos anuales en concepto de servicios recibidos.

## 2.2.2 Costos de Administración

Los costos de administración son aquellos que pertenecen a las funciones de administración de una empresa. Estos costos incluyen personal de área administrativa, costos de servicios como agua, energía eléctrica, telefonía, entre otros.

Para el caso de la escuela taller, los costos de administración únicamente están compuestos por el salario del director, puesto que este es el único cargo administrativo con que se cuenta. Otros costos como el caso del consumo de servicios, no se incluyen en costos administrativos, debido a que estos se aplican junto con los costos de producción.

Descripción	Empleados	Total salario mensual	Total salario anual	Costo de administración
Director	1	\$ 503.33	\$6,040.00	\$6,040.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 503.33</b>	<b>\$6,040.00</b>	<b>\$6,040.00</b>

Tabla 292 Costos de administración

### 2.2.3 Costos de Comercialización

Los costos de comercialización son aquellos que están considerados relacionados a las actividades de marketing. Dentro de estos costos se tiene salarios del personal de comercialización, costos por publicidad y promoción, entre otros.

Los costos de comercialización considerados para el proyecto solo incluyen el salario del encargado de ventas.

Descripción	Empleados	Total salario mensual	Total salario anual	Costo de administración
Encargado de ventas	1	\$ 377.50	\$4,530.00	\$4,530.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 377.50</b>	<b>\$4,530.00</b>	<b>\$4,530.00</b>

Tabla 293 Costos de Comercialización

## **2.3 Costo Total o absorción**

Es un método de costeo de inventarios, en que todos los costos directos de producción y todos los costos indirectos de fabricación tanto fijos como variables se consideran como costos inventariables, considerando de esta manera a los costos indirectos de fabricación fijos como costo del producto.

La teoría del costeo por absorción o total contempla que la determinación del costo de producción de bienes, servicios o actividades está compuesto únicamente por los costos directos u operativos y los costos indirectos de los procesos, centros de costos o áreas de responsabilidad productivas. De acuerdo con esta teoría, los costos de producción -directos e indirectos- afectan las utilidades del período dependiendo únicamente de la cantidad de bienes o producto producidos y vendidos, o servicios prestados y facturados durante el período.

### **2.3.1 Costos indirectos de fabricación**

Los costos indirectos de fabricación son aquellos costos que debe cubrir una fábrica para la manufactura de un producto, aparte de los materiales y la mano de obra directa.

Son costos que se relacionan con todo el funcionamiento de la empresa y superan el proceso de fabricación de un producto en específico. Por este motivo, también se conocen como costos generales de fabricación, gastos generales de fábrica o carga de fábrica.

Algunos de estos costos pueden estar relacionados con materias primas o servicios requeridos para el funcionamiento de la fábrica. Por ejemplo, los servicios públicos como el agua y la electricidad, al igual que los implementos de aseo.

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios (Energía, agua y telefonía)	\$1.008,54	\$1.026,20	\$1.054,67	\$1.072,33	\$1.100,80
Materiales e Insumos	\$6.412,73	\$ 7.298,73	\$8.369,19	\$9.332,27	\$10.833,66
Mano de Obra Indirecta	\$4.118,18	\$4.118,18	\$4.118,18	\$4.118,18	\$4.118,18
<b>Costo Total</b>	<b>\$11.539,45</b>	<b>\$12.443,12</b>	<b>\$ 13.542,05</b>	<b>\$14.522,78</b>	<b>\$16.052,64</b>

Tabla 294 Costos indirectos de fabricación

### 2.3.2 Costo unitario

El costo unitario es el gasto total que incurre una compañía por producir, almacenar y vender una unidad de un producto o servicio en particular.

Conocer el costo unitario ayuda a los dueños de negocios a determinar cuándo comenzará a obtener ganancias, ayudando a ponerle un precio a los productos con eso en mente. Brinda una visión general dinámica de las relaciones entre ingresos, costos y ganancias.

#### 2.3.2.1 Costo Unitario de Capacitación

A continuación se presenta el costo que representara para la Escuela Taller el poder brindar el servicio de capacitación a cada una de las personas que se formen como artesano textil, para determinar dicho costo se presentan una serie de rubros con sus diferentes costos incurridos así como el número de alumnos atendidos por semestre con lo cual se tiene:

Rubro	Costo	Alumnos por semestre	Costo unitario de capacitación semestre	Costo unitario de capacitación mensual
Salarios semestre	\$5.490,91	15	\$446,01	\$74,34
Materia Prima	\$91,80			
Material indirecto (Manguillos)	\$22,50			
Materiales e Insumos de capacitación	\$572,63			
Material Didáctico	\$8,00			
Servicios	\$504,27			
Costo total semestre	\$6.690,11			

Tabla 295 Costo unitario de Capacitación.

### 2.3.2.2 Costo unitario de los Productos Textiles Artesanales de la Escuela Taller

A continuación, se muestra los costos unitarios de los diferentes productos ofertados por la Escuela Taller en un tiempo de estudio de 5 años:

#### COSTO UNITARIO AÑO 1

Productos	Costo Unitario de Hilo	Costo Unitario de MOD	CIF unitario	Costo unitario
Hamaca	\$1,26	\$3,89	\$2,919	<b>\$8,07</b>
Mantel	\$0,48	\$1,50	\$0,610	<b>\$2,59</b>
Individual	\$0,23	\$0,71	\$0,451	<b>\$1,39</b>
Colcha	\$1,33	\$4,12	\$1,465	<b>\$6,92</b>

Tabla 296 Costos unitarios año 1.

## COSTO UNITARIO AÑO 2

Productos	Costo Unitario de Hilo	Costo Unitario de MOD	CIF unitario	Costo unitario
Hamaca	\$1,26	\$3,92	\$2,836	<b>\$8,01</b>
Mantel	\$0,48	\$1,51	\$0,573	<b>\$2,57</b>
Individual	\$0,23	\$0,72	\$0,429	<b>\$1,38</b>
Colcha	\$1,33	\$4,15	\$1,378	<b>\$5,53</b>

Tabla 297 Costos unitarios año 2.

## COSTO UNITARIO AÑO 3

Productos	Costo Unitario de Hilo	Costo Unitario de MOD	CIF unitario	Costo unitario
Hamaca	\$1,26	\$3,89	\$2,758	<b>\$7,91</b>
Mantel	\$0,48	\$1,50	\$0,537	<b>\$2,52</b>
Individual	\$0,23	\$0,71	\$0,407	<b>\$1,35</b>
Colcha	\$1,33	\$4,12	\$1,296	<b>\$6,75</b>

Tabla 298 Costos unitarios año 3

## COSTO UNITARIO AÑO 4

Productos	Costo Unitario de Hilo	Costo Unitario de MOD	CIF unitario	Costo unitario
Hamaca	\$1,26	\$3,92	\$2,702	<b>\$7,88</b>
Mantel	\$0,48	\$1,51	\$0,512	<b>\$2,51</b>
Individual	\$0,23	\$0,72	\$0,392	<b>\$1,34</b>
Colcha	\$1,33	\$4,15	\$1,237	<b>\$6,72</b>

Tabla 299 Costos unitarios año 4



## COSTO UNITARIO AÑO 5

Productos	Costo Unitario de Hilo	Costo Unitario de MOD	CIF unitario	Costo unitario
Hamaca	\$1,26	\$3,89	\$2,646	<b>\$7,80</b>
Mantel	\$0,48	\$1,50	\$0,486	<b>\$2,47</b>
Individual	\$0,23	\$0,71	\$0,376	<b>\$1,32</b>
Colcha	\$1,33	\$4,12	\$1,178	<b>\$6,63</b>

Tabla 300 Costos unitarios año 5

### Costos fijos:

Los costos fijos o costes fijos son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad de una empresa, sino que permanecen invariables ante esos cambios.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Mano de Obra Directa	\$20,337.44	\$22,597.15	\$24,856.865	\$27,116.58	\$ 29,376.30
Mano de Obra Indirecta	\$4,118.18	\$4,118.18	\$4,118.182	\$4,118.18	\$4,118.18
Servicios (Energía, agua y telefonía)	\$1,008.54	\$1,026.20	\$1,054.67	\$1,072.33	\$1,100.80
Materiales de Capacitación e Insumos	\$1,145.26	\$1,145.26	\$1,145.260	\$1,145.26	\$1,145.26
<b>Total, Costos Fijos</b>	<b>\$28,629.42</b>	<b>\$30,907.80</b>	<b>\$33,196.98</b>	<b>\$35,475.35</b>	<b>\$37,764.53</b>

Tabla 301 Total de costos fijos anuales.

Costos fijos por productos en los diferentes años evaluados										
Productos	Horas productivas	Costos fijos año 1	Horas productivas	Costos fijos año 2	Horas productivas	Costos fijos año 3	Horas productivas	Costos fijos año 4	Horas productivas	Costos fijos año 5
Hamaca	5,607	\$16,320.02	6,550	\$17,741.89	7,688	\$18,917.05	8,728	\$20,325.11	10,311	\$21,522.61
Mantel	949	\$2,760.78	1,065	\$2,885.20	1,302	\$3,204.83	1,478	\$3,442.60	1,746	\$3,645.26
Individual	850	\$2,473.12	954	\$2,583.58	1,167	\$2,870.49	1,324	\$3,084.07	1,564	\$3,263.98
Colcha	2,431	\$7,075.50	2,842	\$7,697.12	3,334	\$8,204.60	3,703	\$8,623.57	4,471	\$9,332.69
<b>Total</b>	<b>9,836</b>	<b>\$28,629.42</b>	<b>11,410</b>	<b>\$30,907.80</b>	<b>13,492</b>	<b>\$33,196.98</b>	<b>15,233</b>	<b>\$35,475.35</b>	<b>18,092</b>	<b>\$37,764.53</b>

Tabla 302 Costos fijos por producto.

### Costos variables:

Los costos variables son los gastos que cambian en proporción a la actividad de una empresa. El costo variable es la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas.

Por norma general se consideran costes variables:

- **Materiales y productos.** Se trata de aquellos materiales y productos necesarios para llevar a cabo la actividad como materias primas o el material de oficina.
- **Mano de obra.** Ésta también puede variar en función de la cantidad de actividad que tenga la empresa. Si el volumen es grande necesitará aumentar la plantilla o contratar los servicios de otras empresas, por lo que el coste se verá incrementado al tener que pagar más salarios o los servicios prestados.

- **Otros gastos generales**, como gastos en combustible, transporte, reparaciones de máquina o incluso comisiones por ventas.

Descripción de Costo Variable	Año				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$7,960.43	\$9,211.18	\$10,851.420	\$12,235.58	\$14,491.34
Materiales indirectos de producción	\$5,267.47	\$6,153.47	\$7,223.935	\$8,187.01	\$9,688.40
<b>Total</b>	<b>\$13,227.90</b>	<b>\$15,364.65</b>	<b>\$18,075.355</b>	<b>\$20,422.59</b>	<b>\$24,179.74</b>

Tabla 303 Costos variables anuales.

Costos variables por productos en los diferentes años evaluados										
Productos	Horas productivas	Costos variables año 1	Horas productivas	Costos variables año 2	Horas productivas	Costos variables año 3	Horas productivas	Costos variables año 4	Horas productivas	Costos variables año 5
<b>Hamaca</b>	5,607	\$7,540.48	6,550	\$8,819.71	7,688	\$10,300.11	8,728	\$11,700.84	10,311	\$13,780.42
<b>Mantel</b>	949	\$1,275.59	1,065	\$1,434.27	1,302	\$1,744.99	1,478	\$1,981.85	1,746	\$2,333.97
<b>Individual</b>	850	\$1,142.68	954	\$1,284.33	1,167	\$1,562.95	1,324	\$1,775.45	1,564	\$2,089.85
<b>Colcha</b>	2,431	\$3,269.16	2,842	\$3,826.33	3,334	\$4,467.31	3,703	\$4,964.45	4,471	\$5,975.50
<b>Total</b>	9,836	<b>\$13,227.90</b>	11,410	<b>\$15,364.65</b>	13,492	<b>\$18,075.35</b>	15,233	<b>\$20,422.59</b>	18,092	<b>\$24,179.74</b>

Tabla 304 Costos variables por productos en los diferentes años de estudio.

### **3 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO**

Se designa con el término de Financiamiento al conjunto de recursos monetarios y de crédito que se destinarán a una empresa, actividad, organización o individuo para que los mismos lleven a cabo una determinada actividad o concreten algún proyecto, siendo uno de los más habituales la apertura de un nuevo negocio.

Cabe destacarse que las maneras más comunes de lograr el financiamiento para algunos de los proyectos mencionados es un préstamo que se recibe de un individuo o de una empresa, o bien vía crédito que se suele gestionar y lograr en una institución financiera.

Pero no solamente las personas particulares que quieren abrir su propio negocio, o las empresas, solicitan financiamiento para expandir o desarrollar comercios, sino también los gobiernos nacionales, provinciales o municipales de una nación suelen echar mano de esta alternativa para poder concretar obras en sus respectivas administraciones, entre las más comunes: construcción de carreteras, de centros de atención sanitaria, tendido de redes cloacales, entre otros. Aunque, cabe destacar también que el financiamiento puede solicitarse para contrarrestar una situación financiera deficitaria que no permite hacer frente a los compromisos contraídos. La principal particularidad entonces es que estos recursos financieros son generalmente sumas de dinero que llegan a manos de las empresas, o bien de algunas gestiones de gobierno para complementar los recursos propios, el financiamiento puede contratarse dentro del país o fuera de este a través de créditos, empréstitos u otro tipo de obligación derivada de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo.

#### **Formas de financiamiento**

Existen varias formas de financiamiento, las cuales se clasifican en:

## 1. Según el plazo de vencimiento

- **Financiamiento a corto plazo:** el vencimiento es inferior a un año, crédito bancario, línea de descuento, financiación espontánea.
- **Financiamiento a largo plazo:** el vencimiento es superior a un año, ampliaciones de capital, autofinanciación, préstamos bancarios, emisión de obligaciones.

## 2. Según la procedencia

- **Interna:** fondos que la empresa produce a través de su actividad y que se reinvierten en la propia empresa.
- **Externa:** proceden de inversores, socios o acreedores;

## 3. Según los propietarios

- **Ajenos:** forman parte del pasivo exigible, en algún momento deberán devolverse pues poseen fecha de vencimiento, créditos, emisión de obligaciones
- **Propios:** no tienen vencimiento.

Cualquiera que sea la metodología a través de la cual se logró el financiamiento, vale destacarse que el dinero prestado deberá devolverse en tiempo y forma, según se haya pactado. Normalmente se efectúa un documento por escrito en el cual se deja establecido el monto prestado y la manera en la cual será devuelto, es decir, el tiempo y asimismo si es que media interés y devolución en cuotas. Si no se cumple satisfactoriamente con esa devolución, la empresa, persona o gobierno que no cumple será debidamente penado por ello, pudiendo ser demandado judicialmente y por supuesto obligado por la justicia a pagar lo que debe. En relación a los préstamos bancarios es importante señalar que estos requieren muchos requisitos y condiciones a la hora de entregar financiamiento a proyectos.

### 3.1 Financiamiento Escuela Taller

Para el financiamiento de la Escuela Taller de Telares Artesanales de acuerdo a lo establecido por la contraparte del proyecto, en su totalidad será realizado por medio de fondos de La Alcaldía Municipal de San Sebastián.

Cabe mencionar que si dicha alcaldía se ve en la necesidad de gestionar ayuda para el financiamiento de la escuela taller esta puede hacerlo a diferentes organismos nacionales e internacionales.

Las formas de financiamiento se pueden realizar de la siguiente manera:

**Inversión Propia:** Financiarse con fondo de la Alcaldía Municipal de San Sebastián, incluir en los planes estratégicos de la alcaldía apoyar el plan de inversión.

**Inversión Internacional:** Financiarse con Fondos en calidad de donación de una Instituciones u Organismo Internacionales, gestionar con los organismos internacionales apoyo para poder realizar el proyecto de la Diseño de una Escuela Taller Artesanal de Telares en San Sebastián, San Vicente.

**Inversión Mixta:** Poder financiar el proyecto en dos vías con fondos de la Alcaldía Municipal de San Sebastián y Gestionar la otra parte de la inversión con algún organismo internacional que pueda aportar donaciones para la ejecución de los proyectos.

**Inversión de Gobierno:** informase y gestionar apoyo para la inversión necesaria del proyecto, en los programas de gobierno tales como:

Programas	Descripción
<b>Programa Capital Semilla</b>	El programa consiste en formación para los participantes y la entrega del capital semilla en equipamiento o herramientas necesarias para cada tipo de iniciativa.

<b>FONDEPRO.</b>	<p>El FONDEPRO es una iniciativa del Gobierno de El Salvador, ejecutada a través del Fondo de Desarrollo Productivo del Vice Ministerio de Comercio e Industria del Ministerio de Economía (MINEC). Es un Fondo financiero destinado a otorgar cofinanciamiento no reembolsable a la MIPYME, a fin de fortalecerla en su competitividad y generar impacto económico.</p>
------------------	--

Tabla 305 Programas de apoyo del gobierno central.

## 4 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS- PUNTO DE EQUILIBRIO

### 4.1 Presupuesto de ingresos y egresos:

#### 4.1.1 Ingresos

Para el caso de los ingresos que se tendrán en la escuela taller durante los próximos 5 años se es necesario auxiliarse de los pronósticos de producción obtenidos en la etapa de diseño de este estudio. En cuanto al precio de venta de los distintos productos ofertados por la Escuela Taller se determina mantenerlos constante durante todos los años de estudio del proyecto y se muestran a continuación con el respectivo costo unitario de producción por producto por año.

Año	Hamaca		Mantel		Individual		Colcha	
	Costo Unitario	Precio de venta	Costo Unitario	Precio de venta	Costo Unitario	Precio de venta	Costo Unitario	Precio de venta
1	\$8.07	\$12.00	\$2.59	\$4.00	\$1.39	\$2.00	\$6.92	\$12.00
2	\$8.01		\$2.57		\$1.38		\$5.53	
3	\$7.91		\$2.52		\$1.35		\$6.75	
4	\$7.88		\$2.51		\$1.34		\$6.72	
5	\$7.80		\$2.47		\$1.32		\$6.63	

Tabla 306 Costo unitario y precio de venta de los diferentes productos de la Escuela Taller.

Con los costos unitarios de producción y precio de venta de los distintos productos se obtienen los siguientes porcentajes de utilidad de cada producto vendido en los distintos años de estudio.



Producto	% de utilidad año 1	% de utilidad año 2	% de utilidad año 3	% de utilidad año 4	% de utilidad año 5
<b>Hamaca</b>	49%	50%	52%	52%	54%
<b>Mantel</b>	54%	56%	59%	60%	62%
<b>Individual</b>	44%	45%	48%	49%	52%
<b>Colcha</b>	73%	117%	78%	79%	81%

Tabla 307 Porcentaje de utilidad por producto en los distintos años de estudio del proyecto.

Para determinar los ingresos totales se es necesario auxiliarse de los pronósticos de producción como se mencionó anteriormente y del precio de venta de cada producto:

Pronósticos de producción en unidades:

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Hamaca</b>	2670	3119	3661	4156	4910
<b>Mantel</b>	1171	1315	1608	1825	2156
<b>Individual</b>	2236	2510	3070	3485	4115
<b>Colcha</b>	1095	1280	1502	1668	2014
<b>Total</b>	<b>7172</b>	<b>8224</b>	<b>9841</b>	<b>11134</b>	<b>13195</b>

Tabla 308 Pronóstico de producción en unidades.

Ingresos obtenidos con la comercialización de los productos textiles artesanales en los diferentes años de estudio.

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Hamaca</b>	\$32,040.00	\$37,428.00	\$43,932.00	\$49,872.00	\$58,920.00
<b>Mantel</b>	\$4,684.00	\$5,260.00	\$6,432.00	\$7,300.00	\$8,624.00
<b>Individual</b>	\$4,472.00	\$5,020.00	\$6,140.00	\$6,970.00	\$8,230.00
<b>Colcha</b>	\$13,140.00	\$15,360.00	\$18,024.00	\$20,016.00	\$24,168.00
<b>Ingresos totales</b>	<b>\$54,336.00</b>	<b>\$63,068.00</b>	<b>\$74,528.00</b>	<b>\$84,158.00</b>	<b>\$99,942.00</b>

Tabla 309 Ingresos obtenidos con la comercialización de los productos textiles artesanales.

#### 4.1.2 Egresos:

Determinados los ingresos de igual manera se es necesario determinar los egresos en los que se incurrirá para la producción de los distintos productos textiles ofertados. A continuación, se muestran los egresos a realizar por la fabricación de todas las unidades determinadas en el pronóstico de producción, donde se consideran todos los costos de producción, administración y comercialización.

Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Hamaca</b>	\$21,550.00	\$24,997.06	\$28,959.28	\$32,750.31	\$38,288.38
<b>Mantel</b>	\$3,037.95	\$3,376.06	\$4,054.63	\$4,574.12	\$5,326.19
<b>Individual</b>	\$3,115.41	\$3,454.02	\$4,142.97	\$4,667.11	\$5,425.38
<b>Colcha</b>	\$7,574.70	\$7,074.79	\$10,135.84	\$11,203.73	\$13,353.36
<b>Total</b>	<b>\$35,278.06</b>	<b>\$38,901.94</b>	<b>\$47,292.70</b>	<b>\$53,195.27</b>	<b>\$62,393.30</b>

Tabla 310 Egresos de la Escuela Taller en los próximos 5 años.

#### 4.1.3 Beneficios esperados:

A continuación, se muestran los beneficios esperados en los próximos cinco años con la comercialización de los distintos productos textiles artesanales de la Escuela Taller:

Productos		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Hamaca</b>	Ingresos	\$32,040.00	\$37,428.00	\$43,932.00	\$49,872.00	\$58,920.00
	Egresos	\$21,550.00	\$24,997.06	\$28,959.28	\$32,750.31	\$38,288.38
	<b>Beneficios</b>	<b>\$10,490.00</b>	<b>\$12,430.94</b>	<b>\$14,972.72</b>	<b>\$17,121.69</b>	<b>\$20,631.62</b>
<b>Mantel</b>	Ingresos	\$4,684.00	\$5,260.00	\$6,432.00	\$7,300.00	\$8,624.00
	Egresos	\$3,037.95	\$3,376.06	\$4,054.63	\$4,574.12	\$5,326.19
	<b>Beneficios</b>	<b>\$1,646.05</b>	<b>\$1,883.94</b>	<b>\$2,377.37</b>	<b>\$2,725.88</b>	<b>\$3,297.81</b>
<b>Individual</b>	Ingresos	\$4,472.00	\$5,020.00	\$6,140.00	\$6,970.00	\$8,230.00
	Egresos	\$3,115.41	\$3,454.02	\$4,142.97	\$4,667.11	\$5,425.38
	<b>Beneficios</b>	<b>\$1,356.59</b>	<b>\$1,565.98</b>	<b>\$1,997.03</b>	<b>\$2,302.89</b>	<b>\$2,804.62</b>
<b>Colcha</b>	Ingresos	\$13,140.00	\$15,360.00	\$18,024.00	\$20,016.00	\$24,168.00
	Egresos	\$7,574.70	\$7,074.79	\$10,135.84	\$11,203.73	\$13,353.36
	<b>Beneficios</b>	<b>\$5,565.30</b>	<b>\$8,285.21</b>	<b>\$7,888.16</b>	<b>\$8,812.27</b>	<b>\$10,814.64</b>

Tabla 311 Beneficios esperados durante los próximos 5 años de funcionamiento de la Escuela Taller.

#### 4.1.4 Margen de Contribución

Es la diferencia entre el volumen de ventas y los costos variables. O dicho de otra manera: son los beneficios de una empresa sin considerar los costos fijos. Tomando en cuenta lo anterior a continuación se presenta el margen de contribución unitario que se espera obtener con los diferentes productos textiles artesanales ofertados por la Escuela Taller durante los primeros cinco años de su funcionamiento.

Año	Margen de contribución			
	Hamaca	Mantel	Individual	Colcha
1	\$ 9,18	\$ 2,91	\$ 1,49	\$ 9,01
2	\$ 9,17	\$ 2,91	\$ 1,49	\$ 9,01
3	\$ 9,19	\$ 2,91	\$ 1,49	\$ 9,03
4	\$ 9,18	\$ 2,91	\$ 1,49	\$ 9,02
5	\$ 9,19	\$ 2,92	\$ 1,49	\$ 9,03

Tabla 312 Margen de contribución unitario de los distintos productos de la Escuela Taller.

## 4.2 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio permite determinar el nivel de ventas necesario para cubrir los costes totales o, en otras palabras, el nivel de ingresos que cubre los costes fijos y los costes variables.

También podemos decir que es el volumen mínimo de ventas que tiene que generar la empresa para no tener pérdidas.

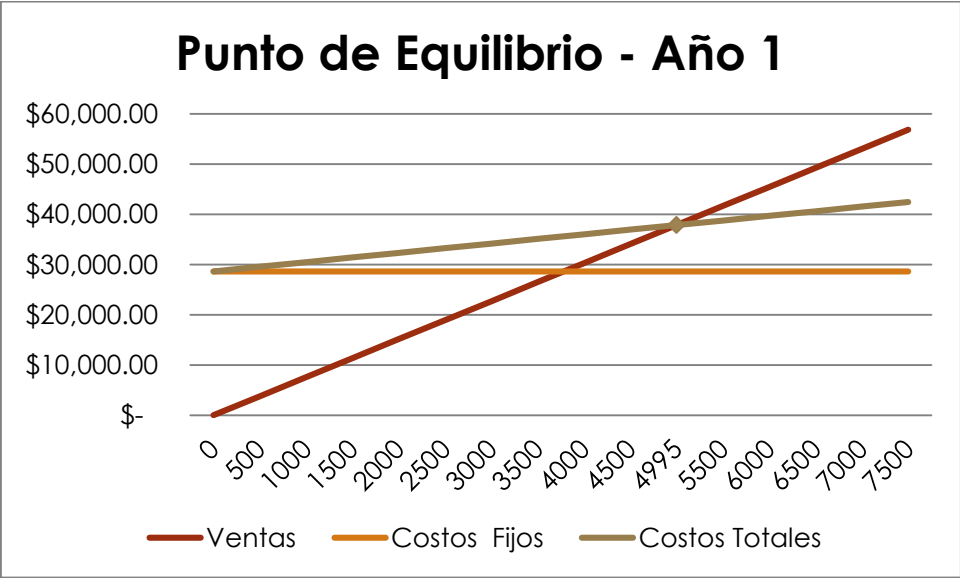
Matemáticamente sería cuando los ingresos totales (ventas) son igual a los Costos Totales (CT= costos fijos + costos variables).

Para el estudio se presentan los puntos de equilibrio generales para cada año en análisis de la Escuela Taller así como también se presentan los puntos de equilibrio para cada producto ofertado de igual manera para cada año de análisis.

Punto de equilibrio general:

Cantidad (Q)	Año 1				
	Ventas (\$)	Costos Variable (CV)	Costos Fijos (CF)	Costos Totales (CT)	Utilidades antes de impuestos
0	\$ -	\$ -	\$28.629,42	\$28.629,42	\$-28.629,42
500	\$ 3.788,06	\$ 922,19	\$28.629,42	\$29.551,61	\$-25.763,54
1000	\$ 7.576,13	\$ 1.844,38	\$28.629,42	\$30.473,80	\$-22.897,67
1500	\$ 11.364,19	\$ 2.766,57	\$28.629,42	\$31.395,99	\$-20.031,80
2000	\$ 15.152,26	\$ 3.688,76	\$28.629,42	\$32.318,18	\$-17.165,92
2500	\$ 18.940,32	\$ 4.610,95	\$28.629,42	\$33.240,37	\$-14.300,05
3000	\$ 22.728,39	\$ 5.533,14	\$28.629,42	\$34.162,56	\$-11.434,17
3500	\$ 26.516,45	\$ 6.455,34	\$28.629,42	\$35.084,75	\$ -8.568,30
4000	\$ 30.304,52	\$ 7.377,53	\$28.629,42	\$36.006,94	\$ -5.702,43
4500	\$ 34.092,58	\$ 8.299,72	\$28.629,42	\$36.929,13	\$ -2.836,55
4995	\$ 37.841,89	\$ 9.212,47	\$28.629,42	\$37.841,89	\$ -
5500	\$ 41.668,71	\$10.144,10	\$28.629,42	\$38.773,52	\$2.895,20
6000	\$ 45.456,78	\$11.066,29	\$28.629,42	\$39.695,71	\$ 5.761,07
6500	\$ 49.244,84	\$11.988,48	\$28.629,42	\$40.617,90	\$8.626,94
7000	\$ 53.032,91	\$12.910,67	\$28.629,42	\$41.540,09	\$11.492,82
7500	\$ 56.820,97	\$13.832,86	\$28.629,42	\$42.462,28	\$14.358,69

Tabla 313 Punto de equilibrio general año 1.

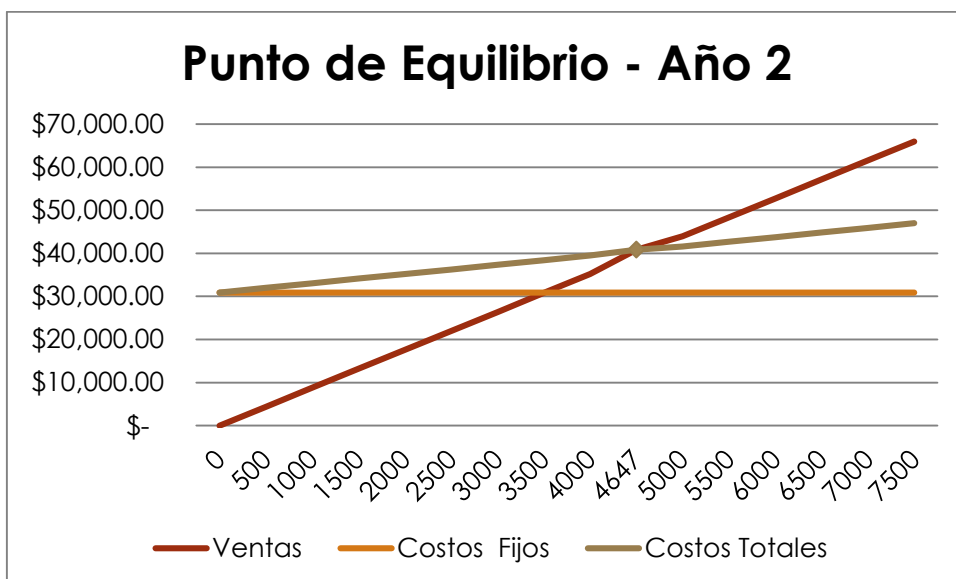


Gráfica 115 Punto de equilibrio general año 1.

El punto de intercepción superior muestra el número de unidades (Q) en que las ventas (S) cubren los costos totales (CT), por tanto, las utilidades antes de impuestos son Cero. Mientras que el punto de intercepción inferior muestra las unidades (Q) en que las ventas (S) cubren únicamente los costos fijos (CF).

Cantidad (Q)	Año 2				
	Ventas (S)	Costos Variable (CV)	Costos Fijos (CF)	Costos Totales (CT)	Utilidades antes de impuestos
0	\$ -	\$ -	\$30.907,80	\$30.907,80	\$-30.907,80
500	\$ 4.396,82	\$ 1.071,16	\$30.907,80	\$31.978,95	\$-27.582,13
1000	\$ 8.793,64	\$ 2.142,31	\$30.907,80	\$33.050,11	\$-24.256,46
1500	\$ 13.190,46	\$ 3.213,47	\$30.907,80	\$34.121,26	\$-20.930,80
2000	\$ 17.587,28	\$ 4.284,62	\$30.907,80	\$35.192,42	\$-17.605,13
2500	\$ 21.984,10	\$ 5.355,78	\$30.907,80	\$36.263,57	\$-14.279,47
3000	\$ 26.380,93	\$ 6.426,93	\$30.907,80	\$37.334,73	\$-10.953,80
3500	\$ 30.777,75	\$ 7.498,09	\$30.907,80	\$38.405,88	\$ -7.628,13
4000	\$ 35.174,57	\$ 8.569,24	\$30.907,80	\$39.477,04	\$ -4.302,47
4647	\$ 40.862,81	\$ 9.955,01	\$30.907,80	\$40.862,81	\$ -
5000	\$ 43.968,21	\$10.711,55	\$30.907,80	\$41.619,35	\$2.348,86
5500	\$ 48.365,03	\$11.782,71	\$30.907,80	\$42.690,50	\$5.674,53
6000	\$ 52.761,85	\$12.853,86	\$30.907,80	\$43.761,66	\$9.000,20
6500	\$ 57.158,67	\$13.925,02	\$30.907,80	\$44.832,81	\$12.325,86
7000	\$ 61.555,49	\$14.996,17	\$30.907,80	\$45.903,97	\$15.651,53
7500	\$ 65.952,31	\$16.067,33	\$30.907,80	\$46.975,12	\$18.977,19

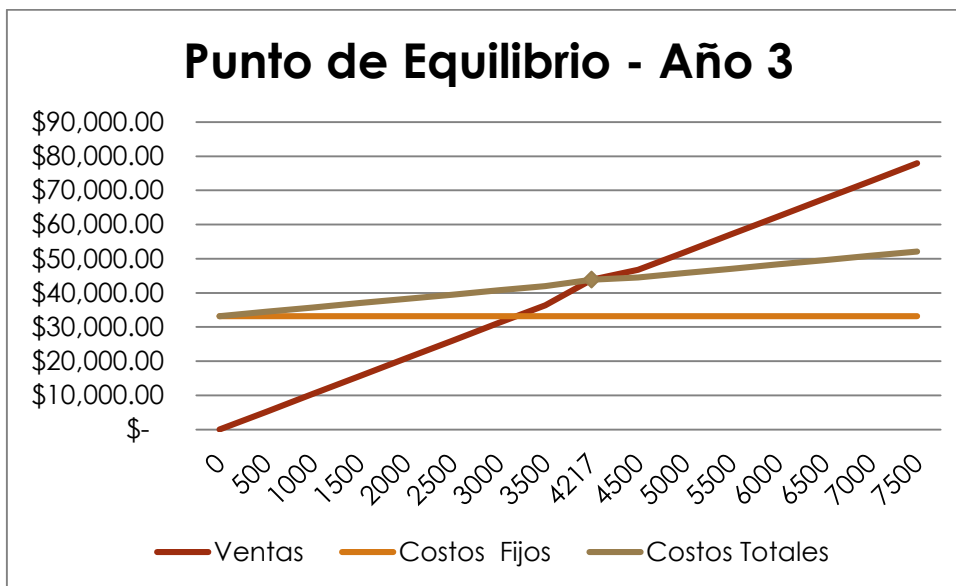
Tabla 314 Punto de equilibrio general año 2.



Gráfica 116 Punto de equilibrio general año 2.

Cantidad (Q)	Año 3				
	Ventas (\$)	Costos Variable (CV)	Costos Fijos (CF)	Costos Totales (CT)	Utilidades antes de impuestos
0	\$ -	\$ -	\$33.196,98	\$33.196,98	\$-33.196,98
500	\$ 5.195,76	\$ 1.260,13	\$33.196,98	\$34.457,11	\$-29.261,35
1000	\$ 10.391,52	\$ 2.520,27	\$33.196,98	\$35.717,24	\$-25.325,72
1500	\$ 15.587,28	\$ 3.780,40	\$33.196,98	\$36.977,38	\$-21.390,09
2000	\$ 20.783,05	\$ 5.040,53	\$33.196,98	\$38.237,51	\$-17.454,46
2500	\$ 25.978,81	\$ 6.300,67	\$33.196,98	\$39.497,64	\$-13.518,84
3000	\$ 31.174,57	\$ 7.560,80	\$33.196,98	\$40.757,78	\$ -9.583,21
3500	\$ 36.370,33	\$ 8.820,93	\$33.196,98	\$42.017,91	\$ -5.647,58
4217	\$ 43.826,19	\$10.629,21	\$33.196,98	\$43.826,19	\$ -
4500	\$ 46.761,85	\$11.341,20	\$33.196,98	\$44.538,18	\$2.223,67
5000	\$ 51.957,61	\$12.601,33	\$33.196,98	\$45.798,31	\$6.159,30
5500	\$ 57.153,37	\$13.861,47	\$33.196,98	\$47.058,44	\$10.094,93
6000	\$ 62.349,14	\$15.121,60	\$33.196,98	\$48.318,58	\$ 14.030,56
6500	\$ 67.544,90	\$16.381,74	\$33.196,98	\$49.578,71	\$17.966,19
7000	\$ 72.740,66	\$17.641,87	\$33.196,98	\$50.838,84	\$21.901,81
7500	\$ 77.936,42	\$18.902,00	\$33.196,98	\$52.098,98	\$25.837,44

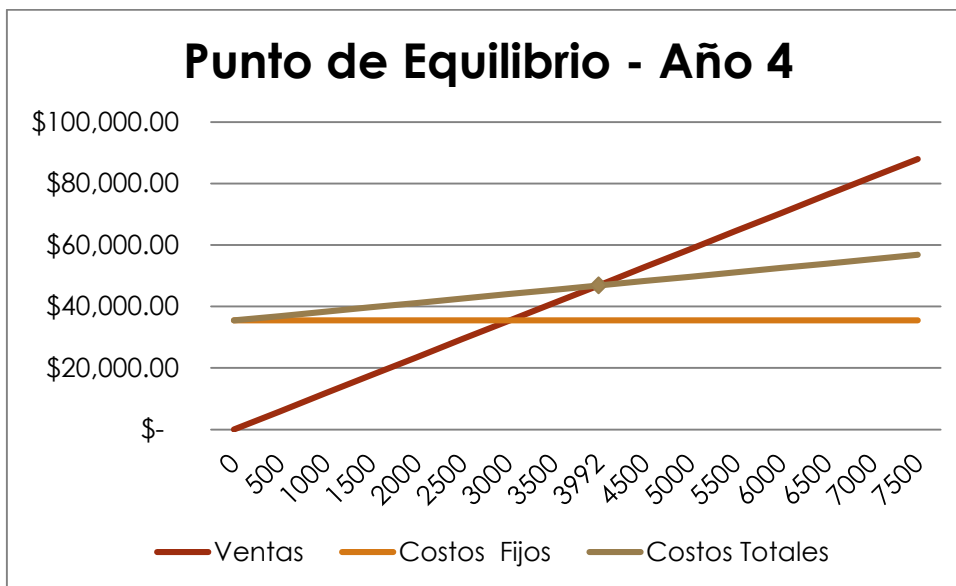
Tabla 315 Punto de equilibrio general año 3.



Gráfica 117 Punto de equilibrio general año 3.

Cantidad (Q)	Año 4				
	Ventas (\$)	Costos Variable (CV)	Costos Fijos (CF)	Costos Totales (CT)	Utilidades antes de impuestos
0	\$ -	\$ -	\$35.475,35	\$35.475,35	\$-35.475,35
500	\$ 5.867,12	\$ 1.423,77	\$35.475,35	\$36.899,13	\$-31.032,00
1000	\$ 11.734,24	\$ 2.847,54	\$35.475,35	\$38.322,90	\$-26.588,65
1500	\$ 17.601,37	\$ 4.271,32	\$35.475,35	\$39.746,67	\$-22.145,30
2000	\$ 23.468,49	\$ 5.695,09	\$35.475,35	\$41.170,44	\$-17.701,95
2500	\$ 29.335,61	\$ 7.118,86	\$35.475,35	\$42.594,21	\$-13.258,60
3000	\$ 35.202,73	\$ 8.542,63	\$35.475,35	\$44.017,99	\$ -8.815,25
3500	\$ 41.069,85	\$ 9.966,40	\$35.475,35	\$45.441,76	\$ -4.371,90
3992	\$ 46.842,64	\$11.367,28	\$35.475,35	\$46.842,64	\$ -
4500	\$ 52.804,10	\$12.813,95	\$35.475,35	\$48.289,30	\$ 4.514,80
5000	\$ 58.671,22	\$14.237,72	\$35.475,35	\$49.713,07	\$ 8.958,15
5500	\$ 64.538,34	\$15.661,49	\$35.475,35	\$51.136,85	\$ 13.401,50
6000	\$ 70.405,47	\$17.085,26	\$35.475,35	\$52.560,62	\$ 17.844,85
6500	\$ 76.272,59	\$18.509,04	\$35.475,35	\$53.984,39	\$ 22.288,20
7000	\$ 82.139,71	\$19.932,81	\$35.475,35	\$55.408,16	\$ 26.731,55
7500	\$ 88.006,83	\$21.356,58	\$35.475,35	\$56.831,93	\$ 31.174,90

Tabla 316 Punto de equilibrio general año 4.

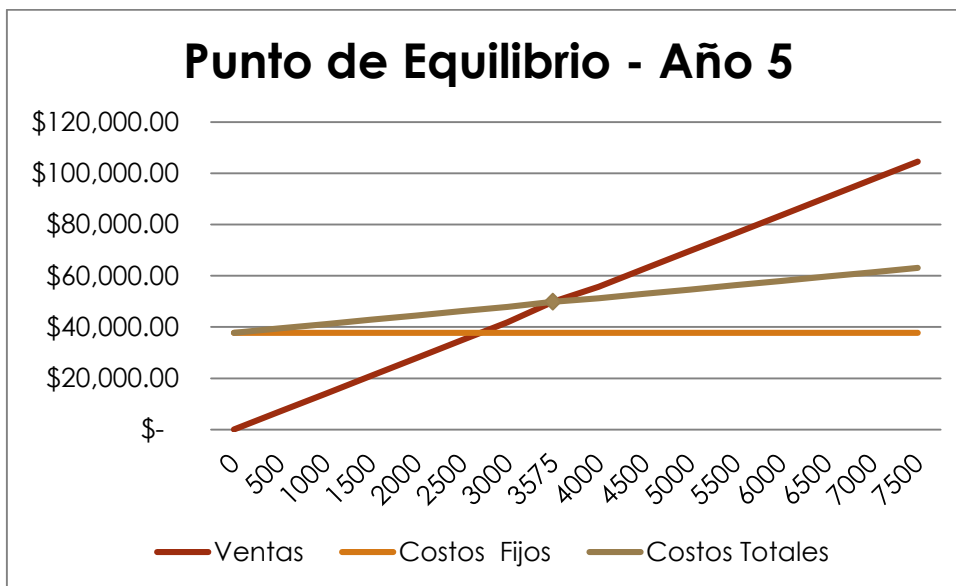


Gráfica 118 Punto de equilibrio general año 4.

Cantidad (Q)	Año 5				
	Ventas (\$)	Costos Variable (CV)	Costos Fijos (CF)	Costos Totales (CT)	Utilidades antes de impuestos
0	\$ -	\$ -	\$37.764,53	\$37.764,53	\$-37.764,53
500	\$ 6.967,51	\$ 1.685,70	\$37.764,53	\$39.450,24	\$-32.482,72
1000	\$ 13.935,03	\$ 3.371,41	\$37.764,53	\$41.135,94	\$-27.200,92
1500	\$ 20.902,54	\$ 5.057,11	\$37.764,53	\$42.821,65	\$-21.919,11
2000	\$ 27.870,05	\$ 6.742,82	\$37.764,53	\$44.507,35	\$-16.637,30
2500	\$ 34.837,56	\$ 8.428,52	\$37.764,53	\$46.193,05	\$-11.355,49
3000	\$ 41.805,08	\$10.114,22	\$37.764,53	\$47.878,76	\$ -6.073,68
3575	\$ 49.817,19	\$12.052,66	\$37.764,53	\$49.817,19	\$ -
4000	\$ 55.740,10	\$13.485,63	\$37.764,53	\$51.250,17	\$ 4.489,93
4500	\$ 62.707,61	\$15.171,34	\$37.764,53	\$52.935,87	\$ 9.771,74
5000	\$ 69.675,13	\$16.857,04	\$37.764,53	\$54.621,57	\$ 15.053,55
5500	\$ 76.642,64	\$18.542,74	\$37.764,53	\$56.307,28	\$ 20.335,36
6000	\$ 83.610,15	\$20.228,45	\$37.764,53	\$57.992,98	\$ 25.617,17
6500	\$ 90.577,66	\$21.914,15	\$37.764,53	\$59.678,69	\$ 30.898,98
7000	\$ 97.545,18	\$23.599,86	\$37.764,53	\$61.364,39	\$ 36.180,79
7500	\$104.512,69	\$25.285,56	\$37.764,53	\$63.050,09	\$ 41.462,59

Tabla 317 Punto de equilibrio general año 5.





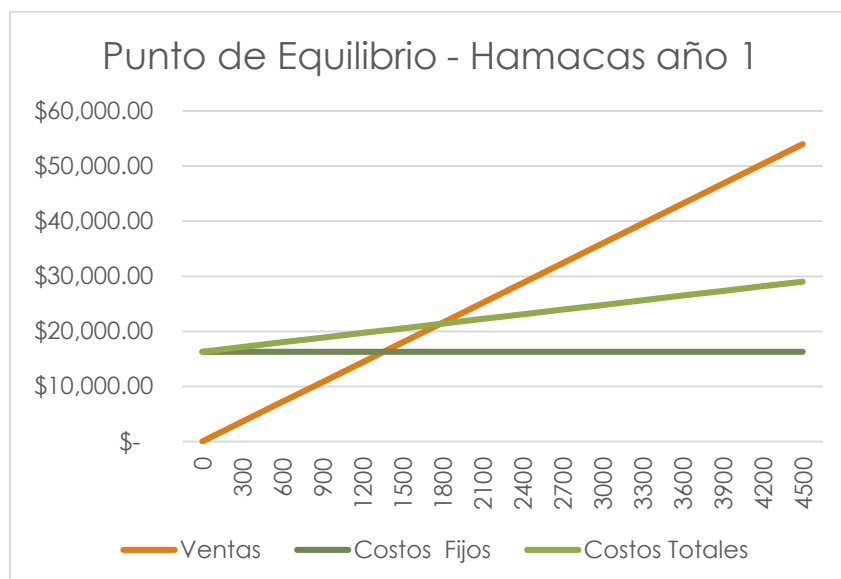
Gráfica 119 Punto de equilibrio general año 5.

#### Punto de Equilibrio por Productos:

Punto de equilibrio Hamacas

Año	Costo Variable (CV)	Costo Fijo (CF)	Cantidad (Q)	Costo Total (CT) = Ventas (\$)
1	\$5.022,99	\$16,320.02	1779	\$21.343,00
2	\$5.469,69	\$17,741.89	1934	\$23.211,58
3	\$5.793,54	\$18,917.05	2059	\$24.710,59
4	\$6.230,38	\$20,325.11	2213	\$26.555,50
5	\$6.570,52	\$21,522.61	2341	\$28.093,13

Tabla 318 Punto de equilibrio producto: Hamaca.

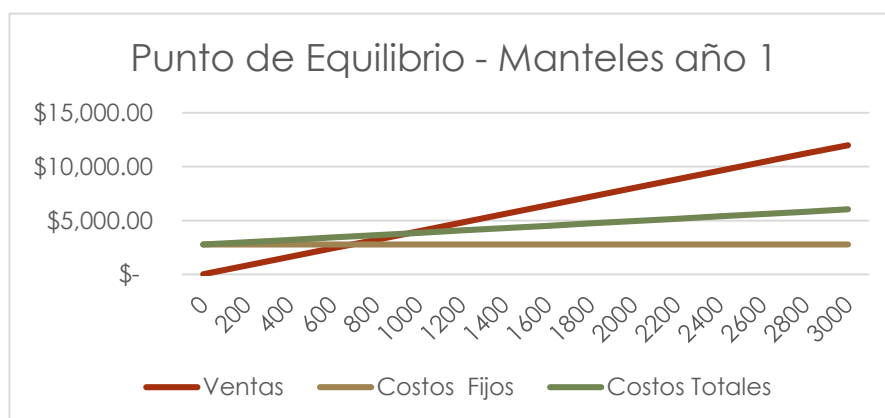


Gráfica 120 Punto de equilibrio Hamaca año 1

Punto de equilibrio mantel

Año	Costo Variable (CV)	Costo Fijo (CF)	Cantidad (Q)	Costo Total (CT) = Ventas (\$)
1	\$1.033,21	\$2.760,78	<b>948</b>	\$3.793,99
2	\$1.081,66	\$2.885,20	<b>992</b>	\$3.966,86
3	\$1.193,17	\$3.204,83	<b>1100</b>	\$4.398,01
4	\$1.282,91	\$3.442,60	<b>1181</b>	\$4.725,50
5	\$1.352,60	\$3.645,26	<b>1249</b>	\$4.997,86

Tabla 319 Punto de equilibrio producto: Mantel.

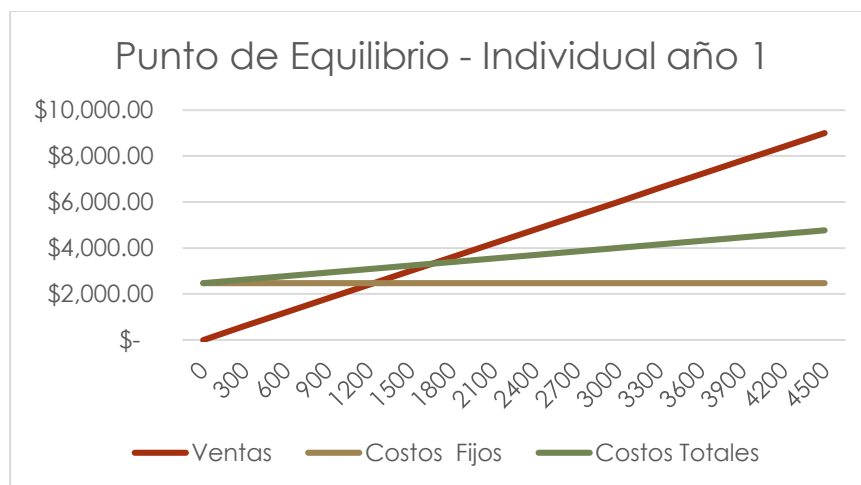


Gráfica 121 Punto de equilibrio Mantel año 1

Punto de equilibrio Individual

Año	Costo Variable (CV)	Costo Fijo (CF)	Cantidad (Q)	Costo Total (CT) = Ventas (S)
1	\$848,82	\$ 2.473,12	1661	\$3.321,94
2	\$888,24	\$ 2.583,58	1736	\$3.471,83
3	\$980,20	\$ 2.870,49	1925	\$3.850,69
4	\$1.054,11	\$ 3.084,07	2069	\$4.138,18
5	\$1.110,92	\$ 3.263,98	2187	\$4.374,90

Tabla 320 Punto de equilibrio para producto: Individual.

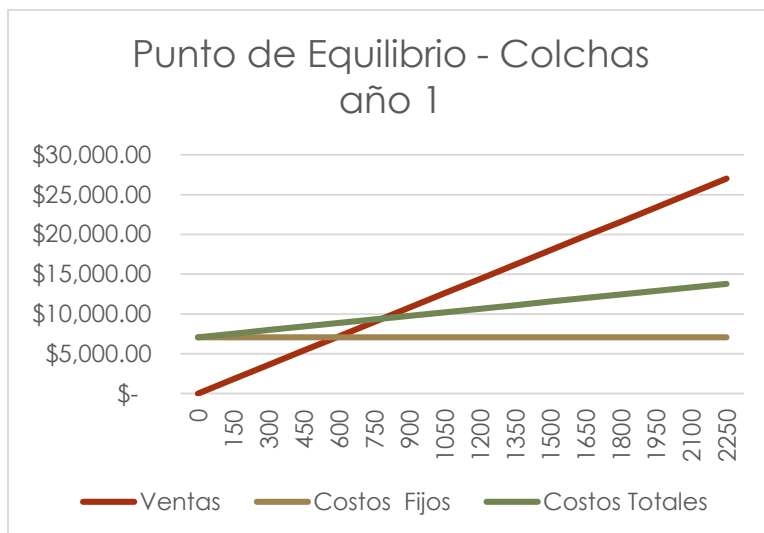


Gráfica 122 Punto de equilibrio Individual año 1

Punto de equilibrio Colcha

Año	Costo Variable (CV)	Costo Fijo (CF)	Cantidad (Q)	Costo Total (CT) = Ventas (S)
2020	\$2.343,36	\$ 7.075,50	785	\$9.418,86
2021	\$2.553,55	\$ 7.697,12	854	\$10.250,66
2022	\$2.703,64	\$ 8.204,60	909	\$10.908,24
2023	\$2.844,31	\$ 8.623,57	956	\$11.467,88
2024	\$3.065,41	\$ 9.332,69	1033	\$12.398,09

Tabla 321 Punto de equilibrio para producto: Colcha.



**Gráfica 123 Punto de equilibrio Colcha año 1**

Tablas y graficas de punto de equilibrio de los diferentes productos para los años de estudio del 2-5 ver en anexo 13.

## **5 ESTADOS FINANCIEROS PROFORMAS**

Los estados financieros proforma son estados proyectados. En los estados financieros proforma se ven todas las proyecciones iniciando con el pronóstico de ventas y a partir de este se realizan las demás proyecciones.

El balance general pro forma, permite ver la situación financiera de la empresa al final el primer periodo de operación.

Estos estados financieros son elaborados con el fin de mostrar cuál sería la situación financiera o los resultados de las operaciones si las proyecciones acontecieran.

Normalmente los requieren las partes interesadas. A continuación, se presenta los estados financieros proforma para los primeros cinco años del proyecto.

## 5.1 Estado de resultados

Estado de resultados Escuela Taller					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$54.336,00	\$63.068,00	\$74.528,00	\$84.158,00	\$99.942,00
Costo de venta	\$35.278,06	\$38.901,94	\$47.292,70	\$53.195,27	\$62.393,30
Utilidad Bruta	<b>\$19.057,94</b>	<b>\$24.166,06</b>	<b>\$27.235,30</b>	<b>\$30.962,73</b>	<b>\$37.548,70</b>
Gastos de Administración	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00
Gastos de Venta	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00
Gastos de Edificaciones	\$1.997,66	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos por Depreciación	\$1.575,45	\$1.695,45	\$1.042,00	\$1.162,00	\$1.282,00
Total, de Gastos Operativos	<b>\$14.143,11</b>	<b>\$12.265,45</b>	<b>\$11.612,00</b>	<b>\$11.732,00</b>	<b>\$11.852,00</b>
Utilidad Operativa	<b>\$4.914,84</b>	<b>\$11.900,61</b>	<b>\$15.623,30</b>	<b>\$19.230,73</b>	<b>\$25.696,70</b>
Gastos Financieros (Interés)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Impuesto	<b>\$4.914,84</b>	<b>\$11.900,61</b>	<b>\$15.623,30</b>	<b>\$19.230,73</b>	<b>\$25.696,70</b>
Pago de Impuesto	\$1.228,71	\$2.975,15	\$3.905,82	\$4.807,68	\$6.424,17
Utilidades Netas	<b>\$3.686,13</b>	<b>\$8.925,46</b>	<b>\$11.717,47</b>	<b>\$14.423,05</b>	<b>\$19.272,52</b>
Pago de dividendos Preferentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad disponible para acciones comunes	<b>\$3.686,13</b>	<b>\$8.925,46</b>	<b>\$11.717,47</b>	<b>\$14.423,05</b>	<b>\$19.272,52</b>
Pagos de dividendos comunes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado (Aumento/disminución de utilidad)	<b>\$3.686,13</b>	<b>\$8.925,46</b>	<b>\$11.717,47</b>	<b>\$14.423,05</b>	<b>\$19.272,52</b>

Tabla 322 Estado de resultados de escuela taller

## 5.2 Cambio en la posición financiera

CAMBIO EN LA POSICIÓN FINANCIERA ESCUELA TALLER					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Actividades Operativas					
Cambio de Utilidades retenidas	\$3.686,13	\$5.239,33	\$2.792,01	\$2.705,57	\$4.849,48
Cambio de Depreciación Acumulada	\$1.906,89	\$120,00	\$-653,45	\$120,00	\$120,00
Cambio de Capital	\$16.659,17	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Cambio de Inventario	\$-4.391,14	\$-422,81	\$-840,02	\$-916,36	\$-1.268,97
Cambio de Cuentas por Cobrar	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Cambios en ISR por pagar	\$1.228,71	\$1.746,44	\$930,67	\$901,86	\$1.616,49
Cambio de Cuentas por pagar	\$1.952,34	\$-690,95	\$-534,37	\$344,27	\$182,56
Flujo de efectivo de actividades operativas	\$21.042,10	\$6.592,01	\$2.294,85	\$3.755,33	\$6.099,55
Actividades de Inversión a Largo Plazo					
Cambio de Equipo	\$-4.470,00	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Cambio de Mobiliario	\$-1.657,20	\$-	\$-	\$-	\$-
Cambio de Herramientas	\$-604,40	\$-	\$-	\$-	\$-
Cambio de Activos Intangibles	\$-4.699,59	\$-	\$-	\$-	\$-
Flujo de efectivo de actividades de inversión a LP	\$-11.431,19	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Actividades de Financiamiento					
Cambio de Documentos por pagar	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Cambio de Obligaciones a largo plazo	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-

Flujo de efectivo de actividades de financiamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de Efectivo	\$9.610,91	\$5.992,01	\$2.549,85	\$3.155,33	\$5.499,55
Efectivo	<b>\$9.610,91</b>	<b>\$15.602,92</b>	<b>\$18.152,77</b>	<b>\$21.308,11</b>	<b>\$26.807,66</b>

Tabla 323 Cambio en la posición financiera.

### 5.3 Balance general

El balance general o estado de situación financiera es un reporte financiero que funge como una fotografía al reflejar la situación financiera de una empresa a una fecha determinada. Está conformado por las cuentas de activo (lo que la empresa posee), pasivo (deudas) y la diferencia entre estos que es el patrimonio o capital contable. Este reporte por lo general es realizado al finalizar el ejercicio de la empresa de manera anual (balance final), sin embargo, para fines de información es importante que los realices con una periodicidad mensual, trimestral o semestral para un mejor seguimiento.

<b>BALANCE GENERAL ESCUELA TALLER</b>					
<b><u>ACTIVOS</u></b>	<b>Años</b>				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente					
(+) Efectivo	\$9.610,91	\$15.602,92	\$18.152,77	\$21.308,11	\$26.807,66
(+) Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Inventario	\$4.391,14	\$4.813,95	\$5.653,97	\$6.570,33	\$7.839,31
Total, Activo Corriente	\$14.002,05	\$20.416,88	\$23.806,74	\$27.878,44	\$34.646,97
Activo No Corriente					
(+) Equipo	\$4.470,00	\$5.070,00	\$4.815,00	\$5.415,00	\$6.015,00
(+) Mobiliario	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20
(-) Depreciación Acumulada	\$1.906,89	\$2.026,89	\$1.373,44	\$1.493,44	\$1.613,44
(=) Mobiliario y Equipo Neto	\$4.220,31	\$4.700,31	\$5.098,76	\$5.578,76	\$6.058,76



(+) Herramientas	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40
(+) Activos Intangibles	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59
Total, Activo No Corriente	\$9.524,30	\$10.004,30	\$10.402,75	\$10.882,75	\$11.362,75
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>	<b>\$23.526,35</b>	<b>\$30.421,18</b>	<b>\$34.209,49</b>	<b>\$38.761,19</b>	<b>\$46.009,72</b>
<b><u>PASIVO</u></b>					
Pasivo Corriente					
(+) Cuentas por pagar	\$1.952,34	\$1.261,39	\$727,03	\$ 1.071,29	\$ 1.253,85
(+) ISR por pagar	\$1.228,71	\$2.975,15	\$3.905,82	\$ 4.807,68	\$ 6.424,17
(+) Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo Corriente	\$3.181,05	\$4.236,55	\$4.632,85	\$5.878,98	\$7.678,03
Pasivo No Corriente					
(+) Obligaciones a largo plazo	\$-	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo	\$3.181,05	\$4.236,55	\$4.632,85	\$5.878,98	\$7.678,03
<b><u>PATRIMONIO</u></b>					
(+) Capital	\$16.659,17	\$17.259,17	\$17.859,17	\$18.459,17	\$19.059,17
(+) Utilidades del periodo	\$3.686,13	\$8.925,46	\$11.717,47	\$14.423,05	\$19.272,52
Total, patrimonio	\$20.345,30	\$26.184,63	\$29.576,64	\$32.882,22	\$38.331,69
<b>Total, Pasivo más Patrimonio</b>	<b>\$23.526,35</b>	<b>\$30.421,18</b>	<b>\$34.209,49</b>	<b>\$38.761,19</b>	<b>\$46.009,72</b>

Tabla 324 Balance general escuela taller.

## 6 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

Se denomina análisis de sensibilidad, al procedimiento por medio del cual se puede determinar cuánto se afecta la utilidad o rentabilidad del proyecto, ante los cambios en determinadas variables.

Los cambios podrían ser, reducción de las ventas en un %, la reducción del precio del producto en un %, el incremento del precio de una materia prima o insumo básico o clave para el proceso productivo o bien cualquier otra posibilidad que efectivamente se pueda presentar en el futuro y afectar sus resultados económico - financieros.

Para el caso de la Escuela Taller se realiza el análisis mediante las siguientes consideraciones:

1. Alquiler de casa para funcionamiento del proyecto: La Quinta Aguiñada.
2. Se realiza un crédito de \$26,000.00 a un interés de 16,85%<sup>28</sup> para un plazo de 8 años.
3. Disminución de las ventas en un 10% para todos los productos ofertados.

### 6.1 Alquiler de La Quinta Aguiñada

El monto a cancelar mensualmente en concepto de alquiler de local para implementación del proyecto es de \$150.00 por lo que se tiene lo siguiente:

*Estado de Resultados*

---

<sup>28</sup> TASAS DE INTERÉS, COMISIONES, RECARGOS Y CARGOS A CUENTAS DE TERCEROS / Vigente del 01 al 31 de julio de 2019 del Banco Industrial El Salvador, S.A.  
Fuente: Superintendencia del Sistema Financiero.

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$54.336,00	\$63.068,00	\$74.528,00	\$84.158,00	\$99.942,00
Otros ingresos					
Costo de lo vendió	\$35.278,06	\$38.901,94	\$47.292,70	\$53.195,27	\$62.393,30
Utilidad Bruta	<b>\$19.057,94</b>	<b>\$24.166,06</b>	<b>\$27.235,30</b>	<b>\$30.962,73</b>	<b>\$37.548,70</b>
Gastos de Administración	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00
Gastos de Venta	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00
Gastos de Alquiler	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00	\$1.800,00
Gastos por Depreciación	\$1.575,45	\$1.695,45	\$1.042,00	\$1.162,00	\$1.282,00
Total, de Gastos Operativos	<b>\$13.945,45</b>	<b>\$14.065,45</b>	<b>\$13.412,00</b>	<b>\$13.532,00</b>	<b>\$13.652,00</b>
Utilidad Operativa	<b>\$5.112,49</b>	<b>\$10.100,61</b>	<b>\$13.823,30</b>	<b>\$17.430,73</b>	<b>\$23.896,70</b>
Gastos Financieros (Interés)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Impuesto	<b>\$5.112,49</b>	<b>\$10.100,61</b>	<b>\$13.823,30</b>	<b>\$17.430,73</b>	<b>\$23.896,70</b>
Pago de Impuesto	\$1.278,12	\$2.525,15	\$3.455,82	\$4.357,68	\$5.974,17
Utilidades Netas	<b>\$3.834,37</b>	<b>\$7.575,46</b>	<b>\$10.367,47</b>	<b>\$13.073,05</b>	<b>\$17.922,52</b>
Pago de dividendos Preferentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad disponible para acciones comunes	<b>\$3.834,37</b>	<b>\$7.575,46</b>	<b>\$10.367,47</b>	<b>\$13.073,05</b>	<b>\$17.922,52</b>
Pagos de dividendos comunes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado (Aumento/disminución de utilidad)	<b>\$3.834,37</b>	<b>\$7.575,46</b>	<b>\$10.367,47</b>	<b>\$13.073,05</b>	<b>\$17.922,52</b>

Tabla 325 Estado de resultados de análisis de sensibilidad alquiler de local.

*Cambio en la posición financiera, análisis de sensibilidad alquiler de local.*

<b>CAMBIO EN LA POSICIÓN FINANCIERA ESCUELA TALLER</b>					
Actividades Operativas	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cambio de Utilidades retenidas	\$3.834,37	\$3.741,09	\$2.792,01	\$2.705,57	\$4.849,48
Cambio de Depreciación Acumulado	\$1.906,89	\$120,00	\$-653,45	\$120,00	\$120,00
Cambio de Capital	\$16.659,17	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Cambio de Inventario	\$-4.391,14	\$-422,81	\$-840,02	\$-916,36	\$-1.268,97
Cambio de Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambios en ISR por pagar	\$1.278,12	\$1.247,03	\$930,67	\$901,86	\$1.616,49
Cambio de Cuentas por pagar	\$1.952,34	\$-690,95	\$-534,37	\$344,27	\$182,56
Flujo de efectivo de actividades operativas	\$21.239,76	\$4.594,35	\$2.294,85	\$3.755,33	\$6.099,55
Actividades de Inversión a Largo Plazo					
Cambio de Equipo	\$-4.470,00	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Cambio de Mobiliario	\$-1.657,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Herramientas	\$-604,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Activos Intangibles	\$ 4.699,59	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo de actividades de inversión a Largo Plazo	\$-11.431,19	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Actividades de Financiamiento					
Cambio de Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Obligaciones a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo de actividades de financiamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de Efectivo	\$9.808,57	\$3.994,35	\$2.549,85	\$3.155,33	\$5.499,55
Efectivo	<b>\$9.808,57</b>	<b>\$13.802,92</b>	<b>\$16.352,77</b>	<b>\$19.508,11</b>	<b>\$25.007,66</b>

**Tabla 326 Cambio en la posición financiera, análisis de sensibilidad alquiler de local.**

## Balance General

BALANCE GENERAL					
<u>ACTIVOS</u>	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente					
(+) Efectivo	\$9.808,57	\$13.802,92	\$16.352,77	\$19.508,11	\$25.007,66
(+) Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Inventario	\$4.391,14	\$4.813,95	\$5.653,97	\$6.570,33	\$7.839,31
Total, Activo Corriente	\$14.199,71	\$18.616,88	\$22.006,74	\$26.078,44	\$32.846,97
Activo No Corriente					
(+) Equipo	\$4.470,00	\$5.070,00	\$4.815,00	\$5.415,00	\$6.015,00
(+) Mobiliario	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20
(-) Depreciación Acumulado	\$1.906,89	\$2.026,89	\$1.373,44	\$1.493,44	\$1.613,44
(=) Mobiliario y Equipo Neto	\$ 4.220,31	\$4.700,31	\$5.098,76	\$5.578,76	\$6.058,76
(+) Herramientas	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40
(+) Activos Intangibles	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59
Total, Activo No Corriente	\$9.524,30	\$10.004,30	\$10.402,75	\$10.882,75	\$11.362,75
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>	<b>\$23.724,01</b>	<b>\$28.621,18</b>	<b>\$32.409,49</b>	<b>\$36.961,19</b>	<b>\$44.209,72</b>
<u>PASIVO</u>					
Pasivo Corriente					
(+) Cuentas por pagar	\$1.952,34	\$1.261,39	\$727,03	\$1.071,29	\$1.253,85
(+) ISR por pagar	\$1.278,12	\$2.525,15	\$3.455,82	\$4.357,68	\$5.974,17
(+) Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo Corriente	\$3.230,47	\$3.786,55	\$4.182,85	\$5.428,98	\$7.228,03
Pasivo No Corriente					
(+) Obligaciones a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo	\$3.230,47	\$3.786,55	\$4.182,85	\$5.428,98	\$7.228,03
<u>PATRIMONIO</u>					
(+) Capital	\$16.659,17	\$17.259,17	\$17.859,17	\$18.459,17	\$19.059,17

(+) Utilidades del periodo	\$3.834,37	\$7.575,46	\$10.367,47	\$13.073,05	\$17.922,52
Total, patrimonio	\$20.493,54	\$24.834,63	\$28.226,64	\$31.532,22	\$36.981,69
Total, Pasivo más Patrimonio	<b>\$23.724,01</b>	<b>\$28.621,18</b>	<b>\$32.409,49</b>	<b>\$36.961,19</b>	<b>\$44.209,72</b>

Tabla 327 Balance general de análisis de sensibilidad alquiler de local.

## 6.2 Crédito para financiamiento de realización del proyecto.

Se realiza un crédito de \$26000,00 a un interés de 16,85% para un plazo de 8 años.

### Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$65.203,20	\$75.681,60	\$89.433,60	\$100.989,60	\$119.930,40
Costo de lo vendido	\$35.278,06	\$38.901,94	\$47.292,70	\$53.195,27	\$62.393,30
Utilidad Bruta	<b>\$29.925,14</b>	<b>\$36.779,66</b>	<b>\$42.140,90</b>	<b>\$47.794,33</b>	<b>\$57.537,10</b>
Gastos de Administración	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00
Gastos de Venta	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00
Gastos de Edificaciones	\$1.997,66	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos por Depreciación	\$1.575,45	\$1.695,45	\$1.042,00	\$1.162,00	\$1.282,00
Total, de Gastos Operativos	<b>\$14.143,11</b>	<b>\$12.265,45</b>	<b>\$11.612,00</b>	<b>\$11.732,00</b>	<b>\$11.852,00</b>
Utilidad Operativa	<b>\$15.782,04</b>	<b>\$24.514,21</b>	<b>\$30.528,90</b>	<b>\$ 36.062,33</b>	<b>\$45.685,10</b>
Gastos Financieros (Interés)	\$4.381,00	\$4.381,00	\$4.381,00	\$4.381,00	\$4.381,00
Utilidad antes de Impuesto	<b>\$11.401,04</b>	<b>\$20.133,21</b>	<b>\$26.147,90</b>	<b>\$31.681,33</b>	<b>\$41.304,10</b>
Pago de Impuesto	\$2.850,26	\$5.033,30	\$6.536,97	\$ 7.920,33	\$10.326,02
Utilidades Netas	<b>\$8.550,78</b>	<b>\$15.099,91</b>	<b>\$19.610,92</b>	<b>\$23.761,00</b>	<b>\$30.978,07</b>
Pago de dividendos Preferentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad disponible para acciones comunes	<b>\$8.550,78</b>	<b>\$15.099,91</b>	<b>\$19.610,92</b>	<b>\$23.761,00</b>	<b>\$30.978,07</b>
Pagos de dividendos comunes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Resultado (Aumento/disminución de utilidad)	<b>\$8.550,78</b>	<b>\$15.099,91</b>	<b>\$19.610,92</b>	<b>\$23.761,00</b>	<b>\$30.978,07</b>
---	-------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

**Tabla 328 Estado de resultados análisis de sensibilidad crédito para financiamiento del proyecto.**

***Cambio en la posición financiera, crédito para financiamiento de Escuela Taller.***

<b>CAMBIO EN LA POSICIÓN FINANCIERA ESCUELA TALLER</b>					
Actividades Operativas	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Cambio de Utilidades del periodo	\$3.834,37	\$3.741,09	\$2.792,01	\$2.705,57	\$4.849,48
Cambio de Depreciación Acumulada	\$1.906,89	\$120,00	\$-653,45	\$120,00	\$120,00
Cambio de Capital	\$1.256,56	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Cambio de Inventario	\$-4.391,14	\$-422,81	\$-840,02	\$-916,36	\$-1.268,97
Cambio de Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambios en ISR por pagar	\$2.850,26	\$2.183,04	\$1.503,67	\$1.383,36	\$2.405,69
Cambio de Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo de actividades operativas	\$5.456,94	\$6.221,32	\$3.402,22	\$3.892,57	\$6.706,20
Actividades de Inversión a Largo Plazo					
Cambio de Equipo	\$-4.470,00	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Cambio de Mobiliario	\$-1.657,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Herramientas	\$-604,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Cambio de Activos Intangibles	\$-4.699,59	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo de actividades de inversión a Largo Plazo	\$-11.431,19	\$ -600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Actividades de Financiamiento					
Cambio de Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Obligaciones a largo plazo	\$53.417,00	\$ -7.631,00	\$-7.631,00	\$-7.631,00	\$-7.631,00
Flujo de efectivo de actividades de financiamiento	\$53.417,00	\$-7.631,00	\$-7.631,00	\$-7.631,00	\$-7.631,00
Flujo Neto de Efectivo	\$47.442,75	\$ -2.009,68	\$-3.973,78	\$-4.338,43	\$-1.524,80
Efectivo	<b>\$47.442,75</b>	<b>\$45.433,07</b>	<b>\$41.459,28</b>	<b>\$37.120,85</b>	<b>\$35.596,05</b>

Tabla 329 Cambio en la posición financiera, crédito para financiamiento análisis de sensibilidad.

### **Balance General**

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<u>ACTIVOS</u>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Activo Corriente					
(+) Efectivo	\$47.442,75	\$45.433,07	\$41.459,28	\$37.120,85	\$35.596,05
(+) Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Inventario	\$4.391,14	\$4.813,95	\$5.653,97	\$6.570,33	\$7.839,31
Total, Activo Corriente	\$ 51.833,89	\$50.247,02	\$47.113,26	\$43.691,19	\$43.435,36
Activo No Corriente					
(+) Equipo	\$4.470,00	\$5.070,00	\$4.815,00	\$5.415,00	\$6.015,00
(+) Mobiliario	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20
(-) Depreciación Acumulada	\$1.906,89	\$2.026,89	\$1.373,44	\$1.493,44	\$1.613,44



(=) Mobiliario y Equipo Neto	\$4.220,31	\$4.700,31	\$5.098,76	\$5.578,76	\$6.058,76
(+) Herramientas	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40
(+) Activos Intangibles	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59
Total, Activo No Corriente	\$9.524,30	\$10.004,30	\$10.402,75	\$10.882,75	\$11.362,75
<b>TOTAL, ACTIVOS</b>	<b>\$61.358,19</b>	<b>\$60.251,32</b>	<b>\$57.516,01</b>	<b>\$54.573,94</b>	<b>\$54.798,11</b>
<u>PASIVO</u>					
Pasivo Corriente					
(+) Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) ISR por pagar	\$2.850,26	\$5.033,30	\$ 6.536,97	\$7.920,33	\$10.326,02
(+) Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo Corriente	\$2.850,26	\$5.033,30	\$6.536,97	\$7.920,33	\$10.326,02
Pasivo No Corriente					
(+) Obligaciones a largo plazo	\$53.417,00	\$45.786,00	\$38.155,00	\$30.524,00	\$22.893,00
Total, Pasivo No Corriente	\$53.417,00	\$45.786,00	\$38.155,00	\$30.524,00	\$22.893,00
Total, Pasivo	\$56.267,26	\$50.819,30	\$44.691,97	\$38.444,33	\$33.219,02
<u>PATRIMONIO</u>					
(+) Capital	\$1.256,56	\$1.856,56	\$2.456,56	\$3.056,56	\$3.656,56
(+) Utilidades del periodo	\$3.834,37	\$7.575,46	\$10.367,47	\$13.073,05	\$17.922,52
Total, patrimonio	\$5.090,93	\$9.432,02	\$12.824,03	\$16.129,61	\$21.579,08
<b>Total, Pasivo más Patrimonio</b>	<b>\$ 61.358,19</b>	<b>\$60.251,32</b>	<b>\$57.516,01</b>	<b>\$54.573,94</b>	<b>\$54.798,11</b>

Tabla 330 Balance general análisis de sensibilidad crédito para financiamiento del proyecto.

### 6.3 Disminución de las ventas en un 10% para todos los productos ofertados por Escuela Taller Textil Artesanal.

#### Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$48.902,40	\$56.761,20	\$67.075,20	\$75.742,20	\$89.947,80
Costo de lo vendido	\$35.278,06	\$38.901,94	\$47.292,70	\$53.195,27	\$62.393,30
Utilidad Bruta	\$13.624,34	\$17.859,26	\$19.782,50	\$22.546,93	\$27.554,50
Gastos de Administración	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00	\$6.040,00
Gastos de Venta	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00	\$4.530,00
Gastos de Edificaciones	\$1.997,66	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos por Depreciación	\$1.575,45	\$1.695,45	\$1.042,00	\$1.162,00	\$1.282,00
Total, de Gastos Operativos	\$14.143,11	\$12.265,45	\$11.612,00	\$11.732,00	\$11.852,00
Utilidad Operativa	\$-518,76	\$5.593,81	\$8.170,50	\$10.814,93	\$15.702,50
Gastos Financieros (Interés)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad antes de Impuesto	\$ -518,76	\$5.593,81	\$8.170,50	\$10.814,93	\$15.702,50
Pago de Impuesto	\$ -	\$1.398,45	\$2.042,62	\$2.703,73	\$3.925,62
Utilidades Netas	\$ -518,76	\$4.195,36	\$6.127,87	\$8.111,20	\$11.776,87
Pago de dividendos Preferentes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Utilidad disponible para acciones comunes	\$-518,76	\$4.195,36	\$6.127,87	\$8.111,20	\$11.776,87
Pagos de dividendos comunes	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Resultado (Aumento / disminución de utilidad)	\$-518,76	\$4.195,36	\$6.127,87	\$8.111,20	\$11.776,87

Tabla 331 Estado de resultados análisis de sensibilidad disminución de un 10% de las ventas.

Cambio en la posición financiera, análisis de sensibilidad disminución de ventas 10%.

<b>CAMBIO EN LA POSICIÓN FINANCIERA ESCUELA TALLER</b>					
Actividades Operativas	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Cambio de Utilidades retenidas	\$-518,76	\$4.714,12	\$1.932,51	\$1.983,32	\$3.665,68
Cambio de Depreciación Acumulada	\$1.906,89	\$120,00	\$-653,45	\$120,00	\$120,00
Cambio de Capital	\$16.659,17	\$600,00	\$600,00	\$600,00	\$600,00
Cambio de Inventario	\$-4.391,14	\$-422,81	\$-840,02	\$-916,36	\$-1.268,97
Cambio de Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambios en ISR por pagar	\$ -	\$1.398,45	\$644,17	\$661,11	\$1.221,89
Cambio de Cuentas por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo de actividades operativas	\$13.656,16	\$6.409,76	\$1.683,22	\$2.448,07	\$4.338,60
Actividades de Inversión a Largo Plazo					
Cambio de Equipo	\$-4.470,00	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Cambio de Mobiliario	\$-1.657,20	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Herramientas	\$-604,40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Activos Intangibles	\$-4.699,59	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Flujo de efectivo de actividades de inversión a Largo Plazo	\$11.431,19	\$-600,00	\$255,00	\$-600,00	\$-600,00
Actividades de Financiamiento					
Cambio de Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Cambio de Obligaciones a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo de efectivo de actividades de financiamiento	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Flujo Neto de Efectivo	\$2.224,97	\$5.809,76	\$1.938,22	\$1.848,07	\$3.738,60
Efectivo	<b>\$2.224,97</b>	<b>\$8.034,73</b>	<b>\$9.972,94</b>	<b>\$11.821,01</b>	<b>\$15.559,61</b>

Tabla 332 Cambio en la posición financiera, análisis de sensibilidad disminución del 10% de las ventas.

### **Balance General**

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<u>ACTIVOS</u>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Activo Corriente					
(+) Efectivo	\$2.224,97	\$8.034,73	\$9.972,94	\$11.821,01	\$15.559,61
(+) Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) Inventario	\$4.391,14	\$4.813,95	\$5.653,97	\$6.570,33	\$7.839,31
Total, Activo Corriente	\$6.616,11	\$12.848,68	\$15.626,91	\$18.391,34	\$23.398,92
Activo No Corriente					
(+) Equipo	\$4.470,00	\$5.070,00	\$4.815,00	\$5.415,00	\$6.015,00
(+) Mobiliario	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20	\$1.657,20
(-) Depreciación Acumulada	\$1.906,89	\$2.026,89	\$1.373,44	\$1.493,44	\$1.613,44

(=) Mobiliario y Equipo Neto	\$4.220,31	\$4.700,31	\$5.098,76	\$5.578,76	\$6.058,76
(+) Herramientas	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40	\$604,40
(+) Activos Intangibles	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59	\$4.699,59
Total, Activo No Corriente	\$9.524,30	\$10.004,30	\$10.402,75	\$10.882,75	\$11.362,75
TOTAL, ACTIVOS	<b>\$16.140,41</b>	<b>\$22.852,98</b>	<b>\$26.029,66</b>	<b>\$29.274,09</b>	<b>\$34.761,67</b>
<u>PASIVO</u>					
Pasivo Corriente					
(+) Cuentas por pagar					
(+) ISR por pagar	\$ -	\$1.398,45	\$2.042,62	\$2.703,73	\$3.925,62
(+) Documentos por pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo Corriente	\$ -	\$1.398,45	\$2.042,62	\$2.703,73	\$3.925,62
Pasivo No Corriente					
(+) Obligaciones a largo plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo No Corriente	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Total, Pasivo	\$ -	\$1.398,45	\$2.042,62	\$2.703,73	\$3.925,62
<u>PATRIMONIO</u>					
(+) Capital	\$16.659,17	\$17.259,17	\$17.859,17	\$18.459,17	\$19.059,17
(+) Utilidades del periodo	\$-518,76	\$4.195,36	\$6.127,87	\$8.111,20	\$11.776,87
Total, patrimonio	\$16.140,41	\$21.454,53	\$23.987,04	\$26.570,37	\$30.836,04
Total, Pasivo más Patrimonio	<b>\$16.140,41</b>	<b>\$22.852,98</b>	<b>\$26.029,67</b>	<b>\$29.274,10</b>	<b>\$34.761,67</b>

Tabla 333 Balance General análisis de sensibilidad disminución de ventas 10%.

## 7 EVALUACIONES

### 7.1 Evaluación Económica

La evaluación económica tiene como objetivo analizar el rendimiento y rentabilidad de toda la Inversión independientemente de la fuente de financiamiento. Entre los aspectos a evaluar se encuentra:

- La Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Tiempo de Recuperación de la Inversión (TRI)
- Relación Beneficio-Costo (B/C).

La evaluación económica es un método de análisis útil para adoptar decisiones racionales ante diferentes alternativas y tener un panorama claro del comportamiento de los costos a largo plazo con respecto a las utilidades pues se pretende conocer la sostenibilidad del proyecto y el impacto del beneficio a la sociedad.

#### **TASA MÍNIMA ATRACTIVA DE RENDIMIENTO (TMAR)**

La tasa mínima aceptable de rendimiento es aquella tasa que el inversionista espera obtener de su inversión.

La TMAR se calcula de la siguiente manera:

$$TMAR = \text{tasa de inflación} + \text{Premio al riesgo}$$

$$TMAR = I + R + (I * R)$$

Donde:

I: Tasa de Inflación

R: Premio al riesgo

### **Tasa de inflación:**

La tasa de variación anual del IPC (Índice de Precios al Consumidor) en El Salvador en mayo de 2019 ha sido del 0,8%. La variación mensual del IPC ha sido del 0,1%, de forma que la inflación acumulada en 2019 es del **0,64%<sup>29</sup>**.

### **Premio al Riesgo**

El valor del premio al riesgo para el caso de la Escuela Taller se utilizará la tasa de interés mensual a plazo fijo a la que se podría depositar su dinero en caso de no invertir en cualquier proyecto y obtener un beneficio, según el BCR la tasa actualizada a mayo de 2019 para un plazo de 360 días es de 4.61%<sup>30</sup>

Por lo que la TMAR del proyecto se obtiene de la siguiente manera:

$$TMAR = \text{tasa de inflación} + \text{Premio al riesgo}$$

$$TMAR = I + R + (I * R)$$

$$TMAR = 0.64 + 4.61 + (0.64 * 4.61)$$

### **TMAR del proyecto:**

$$TMAR = 8.20\%$$

### **Valor Actual Neto (VAN)**

El valor actual neto (VAN) de un proyecto, se define como el valor obtenido en el presente por el proyecto y se elabora actualizando para cada año por separado las entradas y salidas de efectivo que acontecen durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija determinada. Esta también incluye las inversiones las cuales deben ser tomadas del flujo neto de ingresos y egresos.

---

<sup>29</sup> Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), Índice de Precios al Consumidor (IPC), Actualizado hasta mayo-2019.

<sup>30</sup> Fuente: Banco Central de Reserva de El Salvador (BCR), Tasas de interés mensual en porcentajes (May-2019).

La tasa de actualización debe ser igual a la tasa de interés pagada por el empresario y representa el costo de oportunidad de capital

El análisis del valor actual neto o valor presente da como parámetro de decisión una comparación entre todos los ingresos y gastos que se han efectuado a través del período de análisis, los traslada hacia el año de inicio del proyecto (año cero) y los compara con la inversión inicial del proyecto.

Para la determinación del Valor Actual Neto, se utiliza el Estado Financiero pro forma de flujo de efectivo, el cual se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i}$$

Donde:

$I_0$  = Inversión inicial.

$F_i$  = Flujo neto de efectivo.

$t$  = Coste Promedio Ponderado del Capital, o tasa de descuento o actualización.

$n$  = Años en el análisis del proyecto.

Valor	Significado	Decisión a tomar
<b>VAN &gt; 0</b>	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida.	El proyecto puede aceptarse.
<b>VAN &lt; 0</b>	La inversión produciría pérdidas por debajo de la rentabilidad exigida.	El proyecto debería de rechazarse.
<b>VAN = 0</b>	La inversión no produciría ni ganancias ni pérdidas.	Dado que el proyecto no agrega valor monetario por encima de la rentabilidad exigida, la decisión debería basarse en otros criterios, como la obtención de un mejor posicionamiento en el mercado u otros factores.

Tabla 334 Interpretación del VAN



A continuación, se presenta el cálculo del VAN para el proyecto:

Para dicho cálculo se es necesario auxiliarse del Estado de Flujo de Efectivo anual, de dónde se obtienen los Flujos Netos de Efectivo. A continuación, se presenta el detalle:

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujo Neto de efectivo</b>	\$9.610,91	\$15.602,92	\$18.152,77	\$21.308,11	\$26.807,66

Tabla 335 Flujos netos de efectivo de los primeros 5 años de funcionamiento de la Escuela Taller.

Tomando la ***TMAR*** = **8.20%** y la inversión inicial de **\$43,442.32**, aplicando la fórmula de la VAN, se obtiene:

$$VAN = -\$43,442.32 + \frac{\$9.610,91}{(1 + 0.082)^1} + \frac{\$15.602,92}{(1 + 0.082)^2} + \frac{\$18.152,77}{(1 + 0.082)^3} + \frac{\$21.308,11}{(1 + 0.082)^4} + \frac{\$26.807,66}{(1 + 0.082)^5}$$

$$VAN = \$26,721.76$$

La VAN obtenida del proyecto es positiva lo que significa según los valores de interpretación antes mencionados el proyecto se acepta.

### Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero, es decir la que reinvierte en el proyecto todos los beneficios.

La TIR muestra a los inversionistas la tasa de interés máxima a la que debe contraer préstamos, sin que incurra en futuros fracasos financieros. Para lograr esto se busca aquella tasa que aplicada al Flujo neto de Efectivo hace que el VAN sea igual a cero.

El procedimiento para determinar la TIR es igual al utilizado para el cálculo del VAN; para posteriormente aplicar el método numérico mediante aproximaciones sucesivas hasta acercarnos a un VAN = 0. Para el cálculo se aplica la siguiente formula del VAN:

$$VAN = -I_0 + \sum_{i=1}^n \frac{F_i}{(1+t)^i} = 0$$

Donde:

$I_0$  = Inversión inicial.

$F_i$  = Flujo neto de efectivo.

$t$  = Tasa Interna de Retorno que se busca.

$n$  = Años en el análisis del proyecto.

El criterio de decisión sobre la aceptación o rechazo de un proyecto a través del método de la Tasa Interna de Retorno, es el siguiente:

$TIR \geq TMAR$ , entonces el proyecto se acepta.

$TIR < TMAR$ , entonces el proyecto se rechaza.

Para el cálculo de la TIR se es necesario auxiliarse del Estado de Flujo de Efectivo anual, de dónde se obtienen los FNE (Flujos de Efectivo Netos) presentados en la tabla 333. Aplicando la fórmula de la TIR se obtiene:

$$0 = -(\$43,442.32) + \frac{\$9,610.91}{(1+TIR)^1} + \frac{\$15,602.92}{(1+TIR)^2} + \frac{\$18,152.77}{(1+TIR)^3} + \frac{\$21,308.11}{(1+TIR)^4} + \frac{\$26,807.66}{(1+TIR)^5}$$

$$TIR = 25,98\%$$

Con el resultado obtenido el proyecto se acepta ya que:  $TIR = 25,98\%$  es mayor que la  $TMAR = 8.20\%$

### TIEMPO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Mediante este método de evaluación se determina el plazo necesario (tiempo) para recuperar la inversión que se realizó, en el proyecto con una tasa de interés de cero.

Para el cálculo de dicho tiempo de recuperación se utilizará la siguiente fórmula:

$$TRI = \frac{\text{Inversion Inicial}}{\text{Utilidad Promedio}}$$

Donde la inversión inicial es de: **\$43,442.32**

Y la utilidad promedio de cada año es la siguiente:

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Promedio	\$3,686.13	\$8,925.46	\$11,717.47	\$14,423.05	\$19,272.52

Tabla 336 Utilidad promedio de los primeros 5 años del proyecto

La utilidad promedio se determina actualizando los ingresos y egresos en el periodo de análisis (tabla 334) y dividiéndolos entre los 5 años de análisis, como se muestra a continuación:

$$Utilidad\ promedio = \frac{\Sigma\text{ Utilidad de todos los Periodos}}{\text{Numero de Periodos de Analisis}}$$

Sustituyendo datos se tiene:

$$Utilidad\ promedio = \$11,604.93/\text{año}$$

Por lo que al sustituir en la fórmula del TRI se tiene:

$$TRI = 3.74$$

Se estima que la inversión inicial del proyecto se recuperara en un periodo de: **3 años y 9 meses.**

## RELACIÓN BENEFICIO-COSTO

El cálculo de la Relación Beneficio – Costo, se hace de la siguiente manera:

$$\frac{B}{C} = \frac{\sum_1^n (Bn / (1+i)^n)}{\sum_1^n \left( \frac{Cn}{(1+i)^n} \right)}$$

Donde:

Bn = Ingresos brutos en el periodo n.

Cn = Costos en el periodo n.

n = Número de períodos.

i = Tasa Mínima Atractiva de Rendimiento (TMAR) = **8.20%**

Año	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Bruta del periodo	\$ 19,057.94	\$ 24,166.06	\$ 27,235.30	\$ 30,962.73	\$ 37,548.70
Costos del periodo	\$ 15,371.82	\$ 15,240.60	\$ 15,517.82	\$ 16,539.68	\$ 18,276.17

Tabla 337 Ingresos brutos del periodo y costos brutos del periodo para los primeros 5 años del proyecto

### Criterio de decisión:

Situaciones que se pueden presentar en la Relación Beneficio Costo:

- Relación B/C=1: Este resultado quiere decir que por cada dólar invertido se recupera el mismo dólar, sin ningún tipo de rentabilidad, este resultado es conveniente en proyectos sin fines de lucro.
- Relación B/C>0: Índice que por cada dólar de costos se obtiene más de un dólar de beneficio. En consecuencia, si el índice es positivo o cero, el proyecto debe aceptarse.
- Relación B/C<0: Índice que por cada dólar de costos se obtiene menos de un dólar de beneficio. Entonces, si el índice es negativo, el proyecto debe rechazarse.

$$\frac{B}{C} = \frac{\frac{\$19057,94}{(1 + 0.082)^1} + \frac{\$24166,06}{(1 + 0.082)^2} + \frac{\$27235,30}{(1 + 0.082)^3} + \frac{\$30962,73}{(1 + 0.082)^4} + \frac{\$37548,70}{(1 + 0.082)^5}}{\frac{\$15371,82}{(1 + 0.082)^1} + \frac{\$15240,60}{(1 + 0.082)^2} + \frac{\$15517,82}{(1 + 0.082)^3} + \frac{\$16539,68}{(1 + 0.082)^4} + \frac{\$18276,17}{(1 + 0.082)^5}}$$

$$\frac{B}{C} = 1.69$$

El resultado B/C es mayor que 0 por lo cual el proyecto debe aceptarse pues se espera obtener un beneficio de 0.69 centavos por cada dólar invertido.

## 7.2 Evaluación Financiera

Las razones financieras son indicadores utilizados para medir la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto.

Las razones financieras permiten hacer comparaciones entre los diferentes periodos contables de la empresa para conocer cuál ha sido el comportamiento de esta durante el tiempo y hacer evaluaciones sobre resultados pasados para hacer correcciones si es necesario.

Entre las razones financieras utilizadas están las siguientes.

- **Capital de trabajo neto**

Capital de trabajo neto = activos circulantes – pasivos circulantes

- **Razón Circulante o índice de solvencia**

Razón Circulante = (Activos Circulantes / Pasivos Circulantes)

- **Razón de deuda o índice de endeudamiento**

Mide la proporción de activos totales financiados por los acreedores de la empresa

Razón de deuda = (Pasivos Totales / Activos totales)

- **Rendimiento sobre los activos ROA (Return on Assets)**

Determina la eficacia de la gerencia para obtener utilidades con sus activos disponibles.

ROA = (utilidad neta / activos totales)

Índice	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Razones de Liquidez</b>					
Capital de Trabajo	\$ 14.002,05	\$ 20.416,88	\$ 23.806,74	\$ 27.878,44	\$ 34.646,97
Capital de Trabajo Neto	\$ 10.821,00	\$ 16.180,33	\$ 19.173,89	\$ 21.999,47	\$ 26.968,94
Índice de Solvencia	4,40	4,82	5,14	4,74	4,51
Índice de Liquidez Inmediata	3,02	3,68	3,92	3,62	3,49
<b>Razones de Actividad</b>					
Rotación de inventario	7,66	7,43	7,74	7,38	15,92
Edad Promedio de Inventario	46,97	48,44	46,53	48,76	22,62
Rotación de Cuentas por Pagar	12,65	21,59	45,53	34,76	34,83
Plazo Promedio de Pago	28,46	16,68	7,91	10,36	10,34
Ciclo Operativo	46,97	65,11	54,43	59,12	32,95
Ciclo de Conversión de Efectivo	18,51	48,44	46,53	48,76	22,62
Rotación de Activos Fijos	5,70	6,30	7,16	7,73	8,80
Rotación de Activos Totales	2,31	2,07	2,18	2,17	2,17
<b>Razones de Endeudamiento</b>					
Índice de Endeudamiento	0,14	0,14	0,14	0,15	0,17
Razón Pasivo-Capital	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Razón de Capitalización a Largo Plazo	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Razón Deuda Patrimonial	0,16	0,16	0,16	0,18	0,20
Razón de Rentabilidad					
Rentabilidad Sobre Activos (ROA)	0,16	0,29	0,34	0,37	0,42
Margen Bruto de Utilidades	0,35	0,38	0,37	0,37	0,38
Margen Neto	0,07	0,14	0,16	0,17	0,19
Margen de Utilidad de Operación	0,09	0,19	0,21	0,23	0,26
Rentabilidad Sobre Patrimonio (ROE)	0,22	0,52	0,66	0,78	1,01
<b>Método DUPONT</b>					

Resultado del ejercicio	\$ 3.686,13	\$ 8.925,46	\$ 11.717,47	\$ 14.423,05	\$ 19.272,52
Ingresos totales	\$ 54.336,00	\$ 63.068,00	\$ 74.528,00	\$ 84.158,00	\$ 99.942,00
Total, de activos	\$ 23.526,35	\$ 30.421,18	\$ 34.209,49	\$ 38.761,19	\$ 46.009,72
Total, de pasivo más patrimonio	\$ 23.526,35	\$ 30.421,18	\$ 34.209,49	\$ 38.761,19	\$ 46.009,72
Capital	\$ 16.659,17	\$ 17.259,17	\$ 17.859,17	\$ 18.459,17	\$ 19.059,17
Rendimiento sobre activos	15,67%	29,34%	34,25%	37,21%	41,89%
Multiplicador apalancamiento financiero	1,41	1,76	1,92	2,10	2,41
Rendimiento sobre patrimonio	22,13%	51,71%	65,61%	78,13%	101,12%

**Tabla 338 Evaluación financiera del proyecto**

El capital de trabajo neto es de \$ 19,028.73 en promedio para los primeros 5 años, lo cual representa un aumento significativo a partir de los \$ 10,821.00 del primer año; esto refleja el crecimiento previsto y el incremento en el flujo de efectivo. El índice de solvencia a corto plazo es en promedio 4.72 para los primeros 5 años, lo que muestra que la empresa se encuentra en la capacidad de hacer frente a obligaciones de pago en caso que se desee adquirir deuda. Lo anterior también lo comprueba el índice de liquidez inmediata cuyo promedio es de 3.55 para el mismo periodo.

El índice de endeudamiento muestra que en promedio para los primeros 5 años el proyecto tiene un 0.15 de apalancamiento, lo que significa que se está en la capacidad de soportar las deudas actuales con los recursos propios que la escuela taller genera. La rentabilidad sobre activos que genera el proyecto es menor en el primer, pero se incrementa de manera significativa en los siguientes años, pasando del 0.16 al 0.42.

En conclusión, el proyecto cuenta con los ingresos y liquidez necesarios para hacer frente a sus obligaciones, mejorando cada año, y posibilitando la reinversión para una ampliación futura del mismo.

## 7.3 Evaluación Social

### **Definición de evaluación social**

Evaluación Social es el proceso de identificación, medición, y valorización de los beneficios y costos de un proyecto, desde el punto de vista del Bienestar Social (desde el punto de vista de todo el país).

Se suele denominar así a los proyectos de inversión que buscan beneficiar a los sectores más postergados de la sociedad, aunque los pueden desarrollar tanto los privados como el Gobierno, y los evaluarán cada uno por separado, con técnicas distintas, siendo estos proyectos los que más precisan de una correcta evaluación social, porque los beneficiarios directos por lo general no pagan, pero sí involucran recursos públicos para ser financiados, y es posible que no se realicen si no se incorporan las externalidades positivas que pudieran generar.

### **Alcance de evaluación social**

Esta evaluación tiene como objetivo mostrar la contribución de la implementación de una escuela taller en el municipio de San Sebastián, beneficiando especialmente a personas entre 16 a 35 años residentes del municipio.

Por ser un proyecto realizado por la Alcaldía Municipal de San Sebastián, el proyecto es considerado como social a aquel proyecto que tiene el objetivo de modificar las condiciones de vida de las personas. Los Proyectos Sociales se orientan a la resolución de problemas, con el fin de intentar satisfacer las necesidades básicas del individuo.

Por lo tanto, la implementación de una escuela taller busca la inclusión al ámbito laboral a personas entre 16 a 35 años, generando ingresos a la familia, disminución de la violencia, disminución de la migración, mejoramiento en condiciones de vida entre otros.



## Principales Beneficiados

- **Personas entre 16 a 35 años**

Los pobladores entre la edad mencionada anteriormente tendrán la oportunidad de aprender el oficio de artesano textil, promovido por la Alcaldía Municipal de San Sebastián.

- **Generación de empleos directos e indirectos**

Con la implementación de la escuela taller se espera insertar al área productiva a 30 jóvenes por año, los cuales tendrán la oportunidad de integrarse al área productiva ya sea en un taller existente, escuela taller o por medio de la creación de su propio taller.

La población entre 16 a 35 años representan el 35.36% del total, dando la oportunidad de capacitar en el oficio.

Con la implementación de una escuela taller en el Municipio de San Sebastián, se generarían 13 empleos directos, los cuales será personal requerido para el funcionamiento de la escuela taller como lo es Instructores para el área de capacitación, artesanos para el área de producción vendedor para sala de venta y un director para la escuela taller.

Empleados indirectos se refiere a los empleos generados por los talleres existentes, el conteo se realizó en base al censo realizado en los talleres existentes en el municipio, del cual se obtuvo 35 equipos sin utilizar por falta de personal, los que incluye telar, trascañadera, torno y urdidor.

Empleo	Directos	Indirectos	Total
Instructor	2		2
Artesanos	9	35	44
Venta	1		1
Director	1		1
			48

Tabla 339 Empleos que se generaría por implementación de escuela taller

- **Mejoramiento de condiciones de vida de empleados y familiares.**

Con la inserción al área productiva las personas que se vean beneficiadas con esto, mejorarán su calidad de vida tanto ellos de forma directa como sus familiares de forma indirecta pudiendo así mejorar sus oportunidades para poder acceder a una mejor educación, mejores viviendas y una mejor alimentación. Otro punto importante a destacar es que los empleados de la Escuela Taller tendrían servicios de prestaciones de ley algo que no se da en los talleres artesanales de la localidad.

La escuela taller es un espacio donde la cultura y el trabajo se junta para mejorar la calidad de vida de las personas alejando así a los jóvenes de la delincuencia, que es uno de los principales problemas que enfrenta El Salvador.

- **Contribución al desarrollo económico de la municipalidad**

La Escuela Taller contribuirá a disminuir el índice de pobreza de la municipalidad ya que permitirá a las personas beneficiadas acceder a una fuente de empleo digna y por ende acceder a una mejor alimentación, mejor salud y una mejor educación, también ayudará a dinamizar la economía de la municipalidad algo muy importante para el desarrollo de pueblo

- **Turismo**

Con la implementación de la escuela taller se abre una puerta más de desarrollo para la municipalidad de San Sebastián ya que los talleres textiles artesanales generan un flujo de turistas constante a la municipalidad con el fin de conocer el proceso de producción de estos productos.

- **Cultura**

La puesta en marcha de una escuela taller, permite el rescate del patrimonio cultural del municipio, ya que este proyecto nace con el propósito de crear un relevo generacional y motivar a los jóvenes a practicar el oficio de artesano textil, ya que el municipio se caracteriza la elaboración de textiles como hamacas, manteles, colchas y cubrecamas

## 7.4 Evaluación de Género

Durante mucho tiempo la perspectiva de género como factor de una posible exclusión social no se había tomado en cuenta hasta recientes estudios que empezaban a afrontar como los roles, estereotipos y la identidad de género, podían formar parte de aquellos factores sensibles hacia una exclusión social.

Por su parte, el término género, del que existe una gran confusión terminológica y conceptual, se relaciona con los componentes no fisiológicos del sexo o aquellos aspectos cuya causalidad biológica no se ha demostrado, y que engloba todas las características que en la sociedad se consideran apropiadas para varones y mujeres.

Así, al hablar de género nos referimos a la construcción cultural que hace una sociedad a partir de las diferencias biológicas y mediante esta construcción se adscriben cultural y socialmente aptitudes, roles sociales y actitudes diferenciadas para hombres y mujeres atribuidas en función de su sexo biológico.

La historicidad del sistema de género, es decir, el hecho de que evolucione a lo largo del tiempo o que varíe en culturas distintas, se convierte en una garantía para su transformación puesto que no es esencial a la naturaleza humana.

La igualdad de género es considerada de suma importancia con el fin de lograr Trabajo Decente para todas las mujeres y hombres, y llevar a cabo cambios sociales e institucionales que produzcan un desarrollo sostenible con igualdad y crecimiento. La igualdad de género se refiere a la igualdad de derechos, responsabilidades y oportunidades que deberían beneficiar a todas las personas, sin importar si son hombres o mujeres.

En el contexto del mundo del trabajo, la igualdad entre mujeres y hombres incluye los siguientes elementos:

1. Igualdad de oportunidad y trato en el empleo
2. Igualdad de remuneración por trabajo de igual valor

3. Igualdad de acceso a condiciones seguras y saludables de trabajo y a la seguridad social
4. Igualdad en materia de sindicalización y negociación colectiva
5. Igualdad en el acceso a un desarrollo profesional significativo
6. Equilibrio entre trabajo y vida familiar que sea justo tanto para mujeres como para hombres
7. Igualdad de participación en la toma de decisiones a todos los niveles

### **Los roles de género**

A lo largo del proceso de socialización y según el sexo: hombre o mujer, se aprenden y ponen en práctica una serie de comportamientos aceptados como femeninos y/o masculinos, que van a ser considerados como apropiados o no, favoreciendo o no la integración a la sociedad de referencia.

Estos comportamientos es lo que se ha denominado como roles de género, y están directamente relacionados con el reparto de tareas entre mujeres y hombres.

### **Los estereotipos de género**

Los estereotipos de género hacen referencia a una serie de ideas impuestas, simplificadas, pero fuertemente asumidas, sobre las características, actitudes y aptitudes de las mujeres y los hombres. Son los modos de actuación considerados correctos e imputables a un rol determinado en una sociedad y en un momento dado.

De manera genérica, se diferencian cuatro tipos básicos de estereotipos de género:

- Rasgos de personalidad (se suele esperar que las mujeres sean pasivas y sumisas, mientras que se espera que los hombres sean seguros de sí mismos y agresivos).
- Comportamiento doméstico (por ejemplo, se suele considerar que las mujeres cuidan mejor de los niños; mientras que los hombres se desempeñan mejor en las reparaciones de la casa).

- Ocupaciones (por lo general, las mujeres son consideradas como mejores en el desempeño de ocupaciones de ayuda y los hombres en ocupaciones técnicas).
- Apariencia física.

Los estereotipos de género pueden causar un trato desigual e injusto debido al género de una persona. Esto se denomina sexismo y es el hecho de formular hipótesis injustificadas o al menos sin fundamento, sobre las capacidades, los objetivos o los roles sociales de una persona sobre la única base de sus diferencias sexuales.

Con el proyecto se busca integrar al ámbito laboral a hombres y mujeres, esto con el fin de promover la equidad de género y brindar oportunidades de crecimiento para ambos géneros, fomentando el desarrollo del municipio, creando mejores condiciones de vida para la población.

Este proyecto tiene como objetivo además de integrar al ámbito productivo del municipio y una manera de rescatar el patrimonio del municipio de San Sebastián, promover la participación de las mujeres en el oficio textil artesanal.

El enfoque de género considera las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan. Todas estas cuestiones influyen en el logro de las metas, las políticas y los planes de los organismos nacionales e internacionales y, por lo tanto repercuten en el proceso de desarrollo de la sociedad. Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, cotidiana y privada de los individuos y determina características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él.

Como parte de las estrategias para la puesta en marcha de la Escuela Taller artesanal se propone la incorporación del enfoque de Género a través del establecimiento de Políticas que vayan encaminadas en este sentido:

- Aumentar las oportunidades de empleo para el sexo femenino, a través de cursos formativos.
- Fomentar la participación de ambos géneros, en el proyecto con el fin de promover el crecimiento.

- Crear actividades de participación en igualdad de condiciones para ambos sexos
- Promover el empoderamiento de las mujeres y las niñas, esto fundamental para impulsar el crecimiento económico y promover el desarrollo social
- Fomentar la participación de las mujeres en la escuela taller, con el fin de capacitarlas e integrar al sector productivo del municipio
- Capacitar a las mujeres en el manejo de todos los equipos necesarios para la elaboración textil.

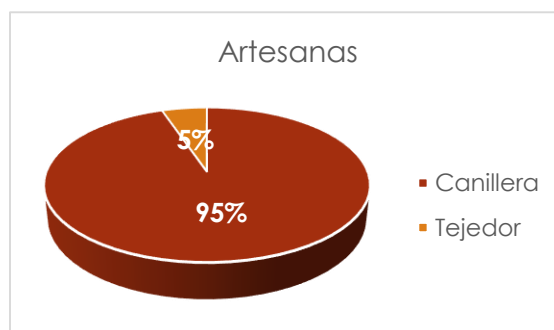
### **Participación de mujeres en el oficio**

La participación de las mujeres en el oficio, según el censo realizado por el equipo investigador, el porcentaje de participación de mujeres en el oficio es de un 18%, como se muestra a continuación en gráfica:



**Gráfica 124 Porcentaje de hombres y mujeres artesanas textiles**

Del 18% de mujeres artesanas solo el 5% se dedica a tejer y el 95% se dedica a la elaboración de canillas y cañones, como se muestra en la siguiente gráfica:



**Gráfica 125 Participación de mujeres en operaciones del oficio artesano textil**

Según los resultados obtenidos, la participación en el oficio de artesano textil por parte de las mujeres es poco y la mayoría de ellas se dedica a realizar canillas, sin embargo

en la encuesta realizadas a pobladores del municipio entre 16 a 35 años, el total de personas que contestaron que si estaban dispuesto a mejorar sus habilidades y capacitarse en el oficio artesano textil el 60% representa una posible participación de mujeres y el 40% son hombres.

Indicando que la escuela taller tendrá una mayor participación por parte de las mujeres



Gráfica 126 Posible porcentaje de participación por género

	Hombre	Mujer	Total
mejorar sus habilidades	8	16	24
Aprender el oficio	35	49	84
Total	43	65	108

Tabla 340 Cantidad de personas dispuesta aprender el oficio como artesano textil

Por tanto, es necesario lograr una igualdad de oportunidades en el oficio de artesano textil, eliminando los prejuicios de la sociedad de que ciertas actividades solo pueden ser realizadas por hombres.

La escuela taller tiene como objetivo impulsar la participación en todas las operaciones del oficio artesano textil, tanto para hombres como mujeres de manera equitativa.

## **7.5 Evaluación Ambiental**

La Evaluación de Impacto Ambiental (EIA), exigida en el Art. 18 de la Ley de Medio Ambiente, es el proceso que incluye el conjunto de acciones que aseguran que las actividades, obras o proyectos que puedan tener un impacto negativo en el ambiente o en la calidad de vida de la población, se sometan desde la fase de pre inversión a los procedimientos que identifiquen y cuantifiquen dichos impactos y se recomienden las medidas que los prevengan, atenúen, compensen o potencien, según sea el caso, seleccionando la alternativa que mejor garantice la protección del ambiente y la sostenibilidad de la inversión.

Con la realización de esta evaluación se busca garantizar que el impacto ambiental que generara el proyecto sea aceptable y viable ambientalmente, mediante una identificación y valoración de los efectos que contraen las operaciones del mismo al medio físico-biológico, social, económico y cultural; mediante la aplicación de medidas ambientales asegurándose que esos costos no sean mayores que los beneficios esperados. La evaluación del impacto ambiental representa un proceso de análisis con el cual se pueden identificar los impactos ambientales posibles tanto actuales y futuros, ya sean estos positivos o negativos de todas las acciones, actividades u operaciones en las que pueda incurrir la Implementación del proyecto.

La evaluación ambiental tanto para la Escuela Taller se centra principalmente en el siguiente tema:

- En analizar el impacto que pueda causar el proyecto sobre el medio ambiente con el fin de reducir o evitar dicho impacto.

### **OBJETIVOS DE LA EVALUACIÓN AMBIENTAL DEL PROYECTO**

- Determinar si el Proyecto cumple con las Leyes Medio Ambientales de El Salvador.
- Conocer el impacto positivo y negativo que la implementación provocaría en la municipalidad de San Sebastián.



- Buscar la viabilidad del Proyecto desde el punto de vista Medio Ambiental.
- Identificar acciones o mecanismos del proyecto que permitan la mitigación, prevención o reducción de impactos negativos que pudiese generar durante su implementación y funcionamiento.

### Metodología

La metodología a utilizar para la evaluación ambiental es la siguiente:

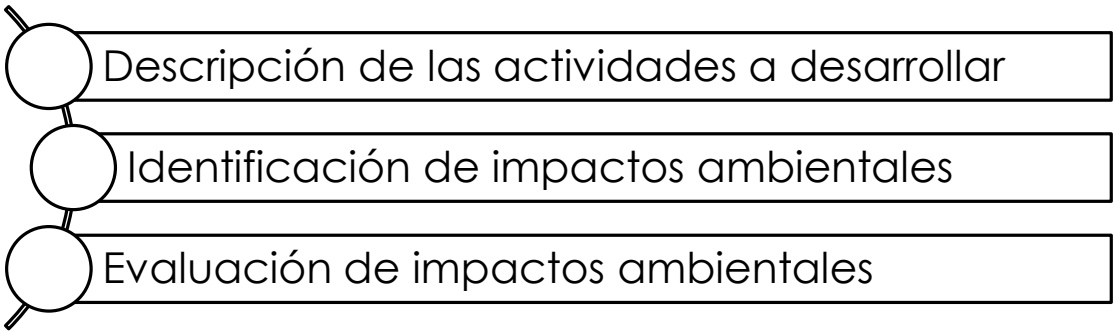


Ilustración 38 Metodología de evaluación de impacto ambiental

### Descripción de las actividades a desarrollar

Identificación de las actividades a desarrollar durante la implantación de los proyectos, así como en su etapa de operación:

Etapa	Actividades
Implantación del Proyecto	Adecuación de local alquilado para funcionamiento del proyecto (Construcción obra civil).
	Eliminación de techo dañado de local de Escuela Taller
	Colocación de nuevo techo de Escuela Taller
Operación	Elaboración de productos textiles Artesanales

Tabla 341 Descripción de actividades para implantación y operación del proyecto

## Identificación de los impactos ambientales

A continuación, se presentan los impactos ambientales que genera cada una de las actividades anteriormente mencionadas:

Impacto Ambiental	Descripción
<b>Desechos de material de construcción.</b>	Contaminación provocada por los desechos del material utilizado y material eliminado (ripio) en el desarrollo de la readecuación de las instalaciones donde funcionara la Escuela Taller.
<b>Agua contaminada con hilo y tela terminada.</b>	Contaminación de ríos, nacimientos de agua, pozos o quebradas del municipio producto de la limpieza de materia prima usada o de los desechos originados por la actividad textil artesanal en general.
<b>Contaminación del aire por partículas de hilo.</b>	Contaminación provocada por las partículas que se obtienen al cortar o manipular tanto hilo como tela ya acabada en su proceso de tejeduría. Partículas mejor conocidas como Mota.
<b>Desechos de materiales de producción.</b>	Contaminación del medio ambiente producto de sobrantes de tela o hilo desechados de manera inadecuada provocando contaminación visual, así como daño a la flora y fauna del municipio.
<b>Contaminación Auditiva (Ruido).</b>	Ruido excesivo provocado por el accionamiento de los telares al momento de realizar el proceso de tejido.

Tabla 342 Impactos ambientales generados

## **Evaluación de impactos ambientales**

Una vez identificados los impactos ambientales que generara el proyecto se procede a realizar la evaluación de estos por lo que se tienen atributos ambientales o criterios utilizados para la calificación de impacto ambiental y valoración de este.

La valoración de los impactos se realiza con la ayuda de la matriz de calificación de Impacto Ambiental considerando los siguientes criterios:

- Variación de la calidad Ambiental
- Escala del Impacto
- Momento en que se manifiesta
- Gravedad del Impacto
- Dificultad para cambiar el impacto
- Duración del Impacto

Con los atributos ambientales o criterios utilizados definidos se realiza la valoración cuantitativa de los impactos ambientales que se determina con el Valor Índice Ambiental (VIA). Dicho valor (VIA) se calcula mediante la siguiente ecuación:

$$VIA = \frac{V + E + M + G + C + D}{6}$$

Donde:

V = Variación de la calidad Ambiental

E = Escala del Impacto

M = Momento en que se manifiesta

G = Gravedad del Impacto

C = Dificultad para cambiar el impacto

D = Duración del Impacto

La Cuantificación de los criterios mencionados anteriormente se presenta de la siguiente manera:

### Variación de la calidad Ambiental (V)

Medida de cambios que experimenta el ambiente debido al impacto generado con el proyecto

Tipo	Escala	Descripción
<b>Positivo (+)</b>	0	Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en ganancias o beneficios para el medio ambiente.
<b>Negativo (-)</b>	3	Aquellos impactos que se refieren a modificaciones que resultan en pérdidas o costos para el medio ambiente.

Tabla 343 Variación de calidad ambiental.

### Escala del Impacto (E)

Se considera en este criterio las cercanías a lugares protegidos, recursos naturales y/o culturales sobresalientes o en el caso a poblaciones humanas.

Tipo	Escala	Descripción
<b>Mínimo bajo</b>	0	El impacto es puntual dentro de los límites de la acción que lo genera.
<b>Medio y/o alto</b>	1	El impacto está dentro de la zona de la escuela taller
<b>Notable o muy alto</b>	2	El impacto trasciende de la zona de la escuela taller e interés municipal.
<b>Total</b>	3	La zona del impacto trasciende a los límites normales y se convierte en peligro nacional.

Tabla 344 Escala del Impacto Ambiental

### Momento en que se manifiesta (M)

Es la probabilidad de ocurrencia del impacto como consecuencia de la actividad de la escuela taller; esto en la búsqueda de su prevención.

Tipo	Escala	Descripción
Inmediato	0	Los efectos del impacto son inmediatos.
Corto Plazo	1	Los efectos se prevén en corto plazo (1 a 4 años).
Mediano Plazo	2	Debe de transcurrir un tiempo considerable (de 5 a 10 años) para que se observen los efectos.
Largo Plazo	3	El tiempo para observar los efectos es de largo plazo (mayor de 10 años).

Tabla 345 Momento en que se manifiesta el impacto

### Gravedad del Impacto (G)

Indica la utilización de recursos naturales, la cantidad y calidad de efluentes, emisiones y residuos que Escuela Taller y la probabilidad de riesgo para la salud de la población humana.

Tipo	Escala	Descripción
Intrascendente	0	El impacto generado con el proyecto no produce cambios sobre el medio ambiente.
Moderado	1	El impacto produce cambios ya sea directos como indirectos sobre el medio ambiente, pero no son trascendentes.
Severo	2	El impacto produce cambios tanto directos como indirectos sobre el medio ambiente que urgen de solución, pero están bajo los límites permisibles.

<b>Critico</b>	3	Efecto cuya magnitud es superior al umbral y de urgencia extrema de solución, que requiere atención inmediata.
----------------	---	--

Tabla 346 Gravedad del Impacto

### Dificultad para cambiar el impacto (C)

Es el grado en que los efectos sobre el medio ambiente resultan polémicos o dudosos e involucran riesgos desconocidos. Es el grado de reversibilidad del impacto y tiempo requerido para su mitigación, a través de medidas naturales o inducidas por el hombre.

Tipo	Escala	Descripción
<b>Recuperable</b>	0	Si se elimina la acción que causa el impacto y automáticamente éste desaparece.
<b>Mitigable</b>	1	Si al eliminar la causa del impacto hay que esperar un lapso de tiempo corto (1 a 6 meses) para que este desaparezca.
<b>Reversible</b>	2	Si elimina la acción causante del impacto, debe transcurrir un período largo de tiempo (6 meses en adelante) para que el impacto desaparezca.
<b>Irreversible</b>	3	Nunca desaparece el impacto, aunque se apliquen medidas correctivas.

Tabla 347 Dificultad para cambiar el impacto

### Duración del Impacto D

Tiempo de duración del impacto, considerando que no se apliquen medidas correctivas del impacto.

Duración del Impacto	
Fugaz (< 1 año):	0
Temporal (1-3 años):	1
Prolongado (4-10 años):	2
Permanente (Alteración indefinida):	3

Tabla 348 Duración del Impacto

### Calificación para la Evaluación de los Impactos Ambientales

Para la realización de la evolución de los impactos deberá compararse los resultados obtenidos mediante la fórmula del VIA con las categorías de impacto mostradas a continuación:

Categoría	Valores límites del VIA		Calificación
	Valor Mínimo	Valor Máximo	
1	0.00	0.60	Impacto Insignificante
2	0.61	1.20	Impacto Mínimo
3	1.21	1.80	Mediano Impacto
4	1.81	2.40	Impacto Considerable
5	2.41	3.00	Gran Impacto

Tabla 349 Categorías de Impactos Ambientales

### Valoración del Impacto Ambiental del Proyecto

Para la realización del cálculo del valor del índice ambiental (VIA) se utiliza la formula descrita anteriormente, la cual es:

$$VIA = \frac{V + E + M + G + C + D}{6}$$

Además, se debe recordar que cada uno de los impactos debe de ser calificado tomando en cuenta atributos ambientales o criterios descritos con anterioridad.

A continuación, se presenta la matriz de calificación de impactos:

Impacto Ambiental	Criterios de evaluación							Calificación
	V	E	M	G	C	D	VIA	
Desechos de material de construcción.	3	1	0	0	0	0	0.67	Impacto mínimo
Agua contaminada con hilo y tela terminada.	3	1	0	1	0	0	0.83	Impacto mínimo
Contaminación del aire por partículas de hilo.	3	1	0	0	0	0	0.67	Impacto mínimo
Desechos de materiales de producción.	3	1	0	0	0	0	0.67	Impacto mínimo
Contaminación Auditiva (Ruido).	3	1	0	0	0	0	0.67	Impacto mínimo

**Tabla 350 Matriz de calificación de impactos**

De la calificación realizada se tiene como resultado que todos los impactos valorados tienen una incidencia mínima en el ambiente de la municipalidad de San Sebastián y que no requieren de medidas de gran envergadura para realizar su mitigación.

Cabe destacar que los talleres textiles artesanales de San Sebastián en conjunto con los proveedores de hilo que los abastecen poseen un programa de reciclaje del cono plástico en el cual es vendido el hilo, obteniendo así un beneficio ambiental.



## 8 ADMINISTRACIÓN DEL PROYECTO

La administración de proyectos se refiere a todas las actividades que se realizan para cumplir con un fin principal definido, en un tiempo establecido utilizando recursos tanto humanos como materiales y para el cual se debe tener presupuestados los costos en que se incurrirán. El objetivo principal es administrar, planificar, coordinar, dar seguimiento y control de todas las actividades y los recursos asignados para la ejecución del proyecto de una forma que se pueda cumplir con el alcance en el tiempo establecido y con los costos presupuestados.

Sin importar la dimensión del tamaño del proyecto es necesario disponer con un administrador o gestor de proyectos que cuente con habilidades para poder manejar de manera eficiente las diferentes etapas del proyecto y tomar las medidas necesarias con el fin de mantener alineados los objetivos establecidos.

### 8.1 Planificación del Proyecto

#### 8.1.1 Definición de Objetivos

##### **Objetivo General**

Desarrollar un escenario de ejecución del proyecto: Escuela Taller Artesanal de Telares en el Municipio de San Sebastián San Vicente en un plazo de 118 días efectivos y 139 días calendario, con un monto de inversión inicial de \$43,442.32 a fin de lograr una adecuada formación de artesanos textiles.

##### **Objetivos Específicos**

- Establecer los elementos básicos con los cuales se dé la implantación del proyecto de la mejor manera, Estructura de Desglose del Trabajo (EDT).
- Sugerir la estructura de un equipo de trabajo encargado de la implantación del proyecto para que esta marche de la mejor manera posible.
- Determinar tiempos de ejecución de las diferentes actividades en las que se incurrirá para la ejecución del proyecto.

- Mostrar la cantidad de recurso humano, material, financiero y tiempo en los que se incurrirá para la implementación del proyecto.

### **8.1.2 Estructura de desglose de trabajo**

La estructura de desglose de trabajo según el PMBOK GUIDE es: una descomposición jerárquica orientada al trabajo que será ejecutado por el equipo del proyecto para lograr los objetivos del mismo y crear los entregables requeridos. Su gran contribución a la planificación radica en su capacidad para organizar y definir el alcance total del proyecto.

A continuación, se presenta la Estructura de Desglose de Trabajo para la Escuela Taller Artesanal de Telares, en ella se presentan los entregables del proyecto con sus respectivos paquetes de trabajo:

### **Ilustración 39 Estructura de Desglose de Trabajo.**

### 8.1.3 Descripción de los subsistemas

Para el proyecto en estudio se tiene que la Estructura de Desglose de Trabajo (EDT) se compone de cinco subsistemas los cuales son:

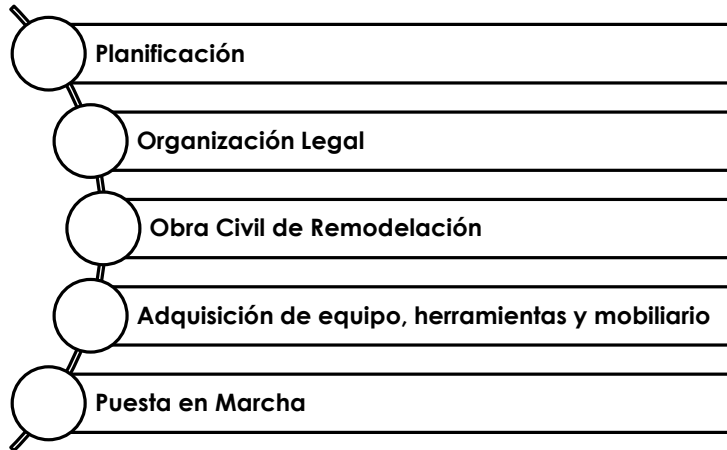


Ilustración 40 Subsistemas de EDT.

#### Descripción de Subsistemas de EDT.

Subsistema	Descripción
<b>Planificación</b>	Con este entregable se busca seleccionar el equipo de trabajo idóneo capaz de realizar una adecuada gestión de recursos y establecer las diferentes actividades a desarrollar para llevar a cabo una correcta implantación del proyecto tanto en el área de formación de artesanos como en el área de elaboración de productos textiles artesanales.
<b>Organización Legal</b>	Entregable donde se consideran los diferentes aspectos legales en los cuales se incurrirá para la creación e implantación de la Escuela Taller.
<b>Obra Civil de Remodelación</b>	Este entregable consiste en el diseño y construcción de remodelaciones a realizar necesarias para brindar el servicio de capacitación y los diferentes productos textiles artesanales a ofertar.

<b>Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario</b>	En este entregable se hará toda la selección, evaluación, adquisición e instalación del equipo y mobiliario con el que dispondrá la Escuela Taller necesario para su correcto funcionamiento.
<b>Puesta en Marcha</b>	Entregable en el cual se contemplan todas las actividades a realizar para hacerse del personal idóneo su capacitación para brindar la capacitación y además se contemplan las actividades referentes a la inscripción de alumnos de la Escuela Taller.

Tabla 351 Descripción de Subsistemas de EDT.

#### 8.1.4 Actividades y precedencias (Programación del proyecto)

##### Planificación

Subsistema	Paquete de trabajo	Código	Actividad	Precedencia	Días asignados
<b>Planificación</b>	Planificación de implementación	A1	Revisión de información proporcionada sobre aspectos técnicos y legales.	-	2
		A2	Trazar plan de ejecución del proyecto	-	1
	Aprobación y gestión de permisos	A3	Gestión de permisos con el Ministerio de Cultura para utilización de	A1	30

			instalaciones de escuela taller		
		A4	Gestionar de permisos para realizar remodelaciones necesarias en instalaciones donde funcionara la escuela taller	A1	30
	Gestión de recursos	A5	Gestionar recursos: económicos, técnicos y logísticos con la Alcaldía Municipal de San Sebastián.	A1	30

Tabla 352 Actividades y precedencias subsistema: Planificación

### Organización legal

Entregable	Paquete de trabajo	Código	Actividad	Precedencia	Días asignados
<b>Organización Legal</b>	Invitación a la comunidad	A6	Determinar sector de la comunidad a invitar	A3	1
		A7	Determinación de plan de invitación a desarrollar	A4	1

		A8	Realizar invitación a la comunidad	A2,A5	3
		A9	Dar a conocer los beneficios de pertenecer a una ADESCO y como se forma	A6,A7,A8	1
	Estudiar modelo de estatutos	A10	Formar comité para dar seguimiento a la creación de la ADESCO	A6,A7,A8	1
		A11	Estudiar sobre los diferentes modelos de estatutos de otras ADESCOS	A9	1
		A12	Evaluar alternativas de estatutos a implementar	A10	1
		A13	Determinar estatutos a implementar	A10	1
	Elaborar ficha de asociados	A14	Buscar miembros para asociarse en la ADESCO	A11, A12	1
		A15	Toma de datos y firma de miembros potenciales	A11, A12	1

	Capacitar la Asamblea General acerca de los estatutos	A16	Convocar a asamblea general	A13	2
		A17	Buscar nuevos miembros	A14	1
		A18	Presentación de estatutos	A15,A16	1
		A19	Realizar consultas de modificaciones a estatutos	A13	1
		A20	Capacitar a la asamblea general con todo lo referente a los estatutos de formación de la ADESCO	A14	2
	Finalizar detalles	A21	Crear una versión final de los estatutos con el trabajo del comité y la asamblea general	A17, A18, A19	1
		A22	Compilar una ficha de asociados completa	A20, A21	1
		A23	Comprar un libro de actas para ADESCO	A17, A18, A19	1
	Convocar la Asamblea	A24	Aprobar los estatutos	A17, A18, A19	1



	General Extraordinaria de Constitución	A25	Elegir y juramentar la junta directiva	A24	1
		A26	Levantar acta de constitución la cual firman todos los socios, junta directiva y los invitados.	A22, A23, A25	1
	Presentar documentación al consejo Municipal	A27	Solicitud de persona jurídica firmada por el sindico	A24	1
		A28	Certificación de acta de constitución	A22, A23, A25	1
		A29	Presentar estatutos originales y fotocopias al consejo municipal	A26, A27	1
		A30	Presentar nómina de asociados con número de DUI y nómina de junta directa	A28	1
	Tiempo del Consejo Municipal, para dar respuesta	A31	Espera de respuesta del consejo municipal	A29	15
	Publicación en el Diario Oficial	A32	Mandar el acuerdo	A30, A31	1

			Municipal y los estatutos al diario oficial		
		A33	Comprar dos o tres originales de la publicación del diario oficial.	A32	1

Tabla 353 Organización Legal

### Obra civil y remodelación

Entregable	Paquete de trabajo	Código	Actividad	Precedencia	Días asignados
Obra civil y remodelación	Estudio y evaluación de instalaciones	A34	Inspeccionar instalaciones y diseño de remodelaciones a realizar	A32	1
		A35	Determinar costos de remodelación	A33	5
	Evaluación y selección de empresa o personas encargadas de remodelación	A36	Establecer términos de referencia para recepción de ofertas económicas por remodelación	A34	1
		A37	Presentación de lineamientos para realización de remodelación	A34	1

		A38	Recepción y selección de ofertas	A37	15
		A39	Contratación de ofertante seleccionado	A35, A36	1
	Realización de remodelación	A40	Adquisición de materiales, insumos, equipo y herramientas necesarias para la remodelación.	A35, A36	5
		A41	Preparación de instalaciones para realización de remodelación	A38	3
		A42	Construcción de aula para desarrollo de clases teóricas	A39	5
		A43	Construcción de muro de un metro de altura en el perímetro del área donde se instalará toda la maquinaria y herramientas.	A39	3
		A44	Colocación de techo.	A39	2

**Tabla 354 Actividades y precedencias subsistema: Obra civil**

*Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario*

Entregable	Paquete de trabajo	Código	Actividad	Precedencia	Días asignados
<b>Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario</b>	Verificación de lo requerido	A45	Determinar por medio de documento de etapa de diseño que se requiere adquirir.	A40, A41	1
	Realización de cotizaciones	A46	Búsqueda de proveedores de equipo, maquinaria, herramientas y mobiliario a requerir.	A42	2
		A47	Realizar cotizaciones	A43	3
		A48	Revisión de cotizaciones	A44	1
		A49	Elección de proveedor por medio de las cotizaciones recibidas	A45	1
	Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario	A50	Adquirir equipo, maquinaria, herramientas y mobiliario	A49	5
		A51	Instalación de equipo, maquinaria, herramientas y mobiliario en las	A46, A47, A48	3

			instalaciones de la escuela taller		
--	--	--	------------------------------------	--	--

Tabla 355 Actividades y precedencias subsistema: Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario

### *Puesta en marcha*

Entregable	Paquete de trabajo	Código	Actividad	Precedencia	Días asignados
<b>Puesta en marcha</b>	Publicidad	A52	Desarrollo de ideas para dar a conocer de manera idónea el servicio como los productos de la Escuela Taller	A50	1
		A53	Selección de los diferentes métodos para la realización de publicidad a desarrollar	A51	1
		A54	Realizar publicidad del servicio a brindar y como beneficiarse con este, así como la publicidad de los diferentes productos que se comercializaran.	A52	5
	Búsqueda, evaluación, selección y contratación de personal	A55	Verificación de requerimientos de personal a contratar	A53	1
		A56	Publicar ofertas laborales	A53	1
		A57	Realización de entrevistas	A54	2

		A58	Selección de personal	A55	1
		A59	Realizar contratación de personal	A56, A57	1
	Capacitar personal contratado	A60	Introducción a la elaboración de tejidos artesanales en telar de palanca	A58, A59	1
		A61	Proceso de elaboración de los productos y característica de materia prima	A60	1
		A62	Elaboración de canillas y cañones / Devanado	A61	1
		A63	Proceso de urdido	A61	1
		A64	Proceso de plegado	A62	1
		A65	Proceso de repaso/pegado	A63	1
		A66	Proceso de tejer	A64	1
		A67	Realización de acabados de los productos	A65	1
		A68	Elaboración de diseños	A66	1
		A69	Administración y emprendedurismo	A67	1
	Inscripción de personas a capacitar	A70	Publicación de fecha de inscripción e inicio de clases, así como de requisitos para inscripción	A68, A69	5

		A71	Verificación de cumplimiento de requisitos para inscripción	A68, A69	2
		A72	Realización de inscripción y confirmación de información sobre inicio de clases	A68, A69	1
	Planificación de monto de plan de trabajo	A73	Revisión de tiempo y metodología de contenidos a desarrollar	A70	1
		A74	Inicio de clases	A72	1
		A75	Seguimiento y control	A71, A73	10

Tabla 356 Actividades y precedencias subsistema: Puesta en marcha

### 8.1.5 Resumen y costo de administración del proyecto

Entregable	Paquete de trabajo	Inversión (No incluye salarios)	Salarios	Costo por paquete (\$)
Planificación	Planificación de implantación	4699.59	27.78	4727.37
	Aprobación y gestión de permisos	860.2	333.33	1193.53
	Gestión de recursos		166.67	166.67
Sub total Planificación		<b>5559.79</b>	<b>527.78</b>	<b>6087.57</b>
Organización Legal	Invitación a la comunidad		33.33	33.33
	Estudiar modelo de estatutos		22.22	22.22

	Elaborar ficha de asociados		11.11	11.11
	Capacitar la Asamblea General acerca de los estatutos		38.89	38.89
	Finalizar detalles		22.22	22.22
	Convocar la Asamblea General Extraordinaria de Constitución		16.67	16.67
	Presentar documentación al consejo Municipal		22.22	22.22
	Tiempo del Consejo Municipal, para dar respuesta		0	0
	Publicación en el Diario Oficial		11.11	11.11
Sub total Organización Legal			<b>177.77</b>	<b>177.77</b>
Obra civil y remodelación	Estudio y evaluación de instalaciones		33.33	33.33
	Evaluación y selección de empresa o personas encargadas de remodelación		100	100
	Realización de remodelación	1997.66	100	100.00
Sub total Obra civil y remodelación		<b>1997.66</b>	<b>233.33</b>	<b>233.33</b>
Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario	Verificación de lo requerido		5.56	5.56
	Realización de cotizaciones		38.89	38.89
	Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario	7179.5	44.44	7223.94
Sub total Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario		<b>7179.5</b>	<b>88.89</b>	<b>7268.39</b>



Puesta en marcha	Publicidad		377.78	377.78
	Búsqueda, evaluación, selección y contratación de personal		33.33	33.33
	Capacitar personal contratado		205.56	205.56
	Inscripción de personas a capacitar		100	100
	Planificación de monto de plan de trabajo	26783.15	177.78	26960.9299
Sub total Puesta en marcha			<b>894.45</b>	<b>27677.5999</b>
TOTAL		<b>14736.95</b>	<b>1922.22</b>	<b>41444.66</b>

Tabla 357 Resumen y costo de administración del proyecto por paquete de trabajo

#### 8.1.6 Programación financiera



### 8.1.7 Diagrama de red



### 8.1.8 Diagrama de Actividades de Gantt



### 8.1.9 Resumen de Actividades

Nombre de tarea	Comienzo	Fin	Duración	Límite de comienzo	Límite de finalización	Demora permisible	Actividad crítica
Proyecto de Escuela taller de telares artesanales en San Sebastián, San Vicente	lun 06/01/20	lun 06/07/20	139 días	vie 31/01/20	lun 06/07/20	0 días	SI
Planificación	lun 06/01/20	vie 14/02/20	32 días	vie 31/01/20	lun 06/07/20	21 días	
Revisión de información proporcionada sobre aspectos técnicos y legales.	lun 06/01/20	mar 07/01/20	2 días	vie 31/01/20	lun 03/02/20	0 días	
Trazar plan de ejecución del proyecto	lun 06/01/20	lun 06/01/20	1 día	mié 11/03/20	jue 12/03/20	31 días	
Gestión de permisos con el Ministerio de Cultura para utilización de instalaciones de escuela taller	mié 08/01/20	vie 14/02/20	30 días	mié 27/05/20	lun 06/07/20	107 días	
Gestionar permisos para realizar remodelaciones necesarias en instalaciones donde funcionara la escuela taller	mié 08/01/20	vie 14/02/20	30 días	jue 06/02/20	sáb 14/03/20	0 días	
Gestionar ayuda económica,	mié 08/01/20	vie 14/02/20	30 días	mar 04/02/20	jue 12/03/20	0 días	



técnica y logística con instituciones públicas como privadas o personas naturales en general.							
<b>Organización Legal</b>	<b>vie 14/02/20</b>	<b>lun 23/03/20</b>	<b>29 días</b>	<b>jue 12/03/20</b>	<b>lun 04/05/20</b>	<b>21 días</b>	
Determinar sector de la comunidad a invitar	vie 14/02/20	sáb 15/02/20	1 día	lun 16/03/20	lun 16/03/20	2 días	
Determinación de plan de invitación a desarrollar	vie 14/02/20	sáb 15/02/20	1 día	lun 16/03/20	lun 16/03/20	2 días	
Realizar invitación a la comunidad	vie 14/02/20	mar 18/02/20	3 días	jue 12/03/20	lun 16/03/20	0 días	
Dar a conocer los beneficios de pertenecer a una ADESCO y como se forma	mié 19/02/20	mié 19/02/20	1 día	mié 18/03/20	mié 18/03/20	0 días	
Formar comité para dar seguimiento a la creación de la ADESCO	mié 19/02/20	mié 19/02/20	1 día	mar 17/03/20	mar 17/03/20	0 días	
Estudiar sobre los diferentes modelos de estatutos de otras ADESCOS	jue 20/02/20	jue 20/02/20	1 día	jue 19/03/20	jue 19/03/20	0 días	
Evaluar alternativas de estatutos a implementar	jue 20/02/20	jue 20/02/20	1 día	jue 19/03/20	jue 19/03/20	0 días	
Determinar estatus a implementar	jue 20/02/20	jue 20/02/20	1 día	mié 18/03/20	mié 18/03/20	0 días	
Buscar miembros para asociarse en la ADESCO	vie 21/02/20	vie 21/02/20	1 día	vie 20/03/20	vie 20/03/20	0 días	

Toma de datos y firma de miembros potenciales	vie 21/02/20	vie 21/02/20	1 día	vie 20/03/20	vie 20/03/20	1 día	
Convocar a asamblea general	vie 21/02/20	lun 24/02/20	2 días	jue 19/03/20	vie 20/03/20	0 días	
Buscar nuevos miembros	sáb 22/02/20	lun 24/02/20	1 día	sáb 21/03/20	lun 23/03/20	1 día	
Presentación de estatutos	lun 24/02/20	mar 25/02/20	1 día	sáb 21/03/20	lun 23/03/20	0 días	
Realizar consultas de modificaciones a estatutos	vie 21/02/20	vie 21/02/20	1 día	sáb 21/03/20	lun 23/03/20	2 días	
Capacitar a la asamblea general con todo lo referente a los estatutos de formación de la ADESCO	sáb 22/02/20	mar 25/02/20	2 días	sáb 21/03/20	mar 24/03/20	1 día	
Crear una versión final de los estatutos con el trabajo del comité y la asamblea general	mar 25/02/20	mié 26/02/20	1 día	lun 23/03/20	mar 24/03/20	0 días	
Compilar una ficha de asociados completa	mié 26/02/20	jue 27/02/20	1 día	mar 24/03/20	mié 25/03/20	0 días	
Comprar un libro de actas para ADESCO	mar 25/02/20	mié 26/02/20	1 día	mar 24/03/20	mié 25/03/20	1 día	
Aprobar los estatutos	mar 25/02/20	mié 26/02/20	1 día	lun 23/03/20	mar 24/03/20	0 días	
Elegir y juramentar la junta directiva	mié 26/02/20	jue 27/02/20	1 día	mar 24/03/20	mié 25/03/20	0 días	
Levantar acta de constitución la cual firman todos los socios, junta	jue 27/02/20	vie 28/02/20	1 día	mié 25/03/20	jue 26/03/20	0 días	

directiva y los invitados.							
Solicitud de persona jurídica firmada por el sindico	mié 26/02/20	jue 27/02/20	1 día	mié 25/03/20	jue 26/03/20	1 día	
Certificación de acta de constitución	jue 27/02/20	vie 28/02/20	1 día	jue 16/04/20	vie 17/04/20	0 días	
Presentar estatutos originales y fotocopias al consejo municipal	vie 28/02/20	sáb 29/02/20	1 día	jue 26/03/20	vie 27/03/20	0 días	
Presentar nómina de asociados con número de DUI y nómina de junta directa	vie 28/02/20	sáb 29/02/20	1 día	vie 17/04/20	sáb 18/04/20	15 días	
Espera de respuesta del consejo municipal	lun 02/03/20	jue 19/03/20	15 días	vie 27/03/20	sáb 18/04/20	0 días	
Mandar el acuerdo Municipal y los estatutos al diario oficial	vie 20/03/20	vie 20/03/20	1 día	lun 20/04/20	lun 20/04/20	0 días	
Comprar dos o tres originales de la publicación del diario oficial.	sáb 21/03/20	lun 23/03/20	1 día	lun 04/05/20	lun 04/05/20	0 días	
<b>Obra civil y Remodelación</b>	<b>sáb 21/03/20</b>	<b>sáb 18/04/20</b>	<b>20 días</b>	<b>mar 21/04/20</b>	<b>jue 28/05/20</b>	<b>21 días</b>	
Inspeccionar instalaciones y diseño de remodelaciones a realizar	sáb 21/03/20	lun 23/03/20	1 día	mar 21/04/20	mar 21/04/20	0 días	
Determinar costos de remodelación	lun 23/03/20	sáb 28/03/20	5 días	mar 05/05/20	lun 11/05/20	0 días	

Establecer términos de referencia para recepción de ofertas económicas por remodelación	lun 23/03/20	mar 24/03/20	1 día	sáb 09/05/20	lun 11/05/20	4 días	
Presentación de lineamientos para realización de remodelación	lun 23/03/20	mar 24/03/20	1 día	mié 22/04/20	mié 22/04/20	0 días	
Recepción y selección de ofertas	mar 24/03/20	mié 15/04/20	15 días	jue 23/04/20	mié 13/05/20	0 días	
Contratación de ofertante seleccionado	lun 30/03/20	lun 30/03/20	1 día	mié 20/05/20	mié 20/05/20	0 días	
Adquisición de materiales, insumos, equipo y herramientas necesarias para la remodelación.	lun 30/03/20	vie 03/04/20	5 días	lun 11/05/20	sáb 16/05/20	9 días	
Preparación de instalaciones para realización de remodelación	mié 15/04/20	sáb 18/04/20	3 días	mié 13/05/20	sáb 16/05/20	0 días	
Construcción de aula para desarrollo de clases teóricas	mar 31/03/20	lun 06/04/20	5 días	jue 21/05/20	mié 27/05/20	0 días	
Construcción de muro de un metro de altura en el perímetro del área donde se instalara toda la maquinaria y herramientas.	mar 31/03/20	jue 02/04/20	3 días	vie 22/05/20	mar 26/05/20	0 días	
Colocación de techo.	mar 31/03/20	mié 01/04/20	2 días	mar 26/05/20	jue 28/05/20	0 días	

Adquisición de equipo, herramientas y mobiliario	jue 02/04/20	mar 02/06/20	45 días	lun 18/05/20	mar 02/06/20	0 días	SI
Determinar por medio de documento de etapa de diseño que se requiere adquirir.	lun 20/04/20	lun 20/04/20	1 día	lun 18/05/20	lun 18/05/20	0 días	
Búsqueda de proveedores de equipo, maquinaria, herramientas y mobiliario a requerir.	lun 06/04/20	mié 08/04/20	2 días	mié 27/05/20	vie 29/05/20	37 días	
Realizar cotizaciones	vie 03/04/20	mar 07/04/20	3 días	mar 26/05/20	vie 29/05/20	38 días	
Revisión de cotizaciones	jue 02/04/20	jue 02/04/20	1 día	jue 28/05/20	vie 29/05/20	41 días	
Elección de proveedor por medio de las cotizaciones recibidas	mar 21/04/20	mar 21/04/20	1 día	mar 19/05/20	mar 19/05/20	0 días	
Adquirir equipo, maquinaria, herramientas y mobiliario	mié 22/04/20	mar 28/04/20	5 días	mié 20/05/20	mar 26/05/20	0 días	

Instalación de equipo, maquinaria, herramientas y mobiliario en las instalaciones de la escuela taller	vie 29/05/20	mar 02/06/20	3 días	vie 29/05/20	mar 02/06/20	0 días	SI
<b>Puesta en marcha</b>	<b>mar 28/04/20</b>	<b>lun 06/07/20</b>	<b>52 días</b>	<b>mar 26/05/20</b>	<b>lun 06/07/20</b>	<b>0 días</b>	<b>SI</b>
Desarrollo de ideas para dar a conocer de manera idónea el servicio como los productos de la Escuela Taller	mar 28/04/20	mié 29/04/20	1 día	mar 26/05/20	mié 27/05/20	0 días	
Selección de los diferentes métodos para la realización de publicidad a desarrollar	mié 03/06/20	mié 03/06/20	1 día	mié 03/06/20	mié 03/06/20	0 días	SI
Realizar publicidad del servicio a brindar y como beneficiarse con este así como la publicidad de los diferentes productos que se comercializaran.	mié 29/04/20	mié 06/05/20	5 días	mié 27/05/20	mar 02/06/20	0 días	

Verificación de requerimientos de personal a contratar	jue 04/06/20	jue 04/06/20	1 día	jue 04/06/20	jue 04/06/20	0 días	SI
Publicar ofertas laborales	jue 04/06/20	jue 04/06/20	1 día	jue 04/06/20	jue 04/06/20	0 días	SI
Realización de entrevistas	jue 07/05/20	vie 08/05/20	2 días	mié 03/06/20	jue 04/06/20	21 días	
Selección de personal	vie 05/06/20	vie 05/06/20	1 día	vie 05/06/20	vie 05/06/20	0 días	SI
Realizar contratación de personal	vie 05/06/20	vie 05/06/20	1 día	vie 05/06/20	vie 05/06/20	0 días	SI
Introducción a la elaboración de tejidos artesanales en telar de palanca	sáb 06/06/20	lun 08/06/20	1 día	sáb 06/06/20	lun 08/06/20	0 días	SI
Proceso de elaboración de los productos y característica de materia prima	lun 08/06/20	mar 09/06/20	1 día	lun 08/06/20	mar 09/06/20	0 días	SI
Elaboración de canillas y cañones / Devanado	mar 09/06/20	mié 10/06/20	1 día	mar 09/06/20	mié 10/06/20	0 días	SI
Proceso de urdido	mar 09/06/20	mié 10/06/20	1 día	mar 09/06/20	mié 10/06/20	0 días	SI
Proceso de plegado	mié 10/06/20	jue 11/06/20	1 día	mié 10/06/20	jue 11/06/20	0 días	SI
Proceso de repaso/pegado	mié 10/06/20	jue 11/06/20	1 día	mié 10/06/20	jue 11/06/20	0 días	SI
Proceso de tejer	jue 11/06/20	vie 12/06/20	1 día	jue 11/06/20	vie 12/06/20	0 días	SI

Realización de acabados de los productos	jue 11/06/20	vie 12/06/20	1 día	jue 11/06/20	vie 12/06/20	0 días	SI
Elaboración de diseños	vie 12/06/20	sáb 13/06/20	1 día	vie 12/06/20	sáb 13/06/20	0 días	SI
Administración y emprendedurismo	vie 12/06/20	sáb 13/06/20	1 día	vie 12/06/20	sáb 13/06/20	0 días	SI
Publicación de fecha de inscripción e inicio de clases así como de requisitos para inscripción	lun 15/06/20	lun 22/06/20	5 días	lun 15/06/20	lun 22/06/20	0 días	SI
Verificación de cumplimiento de requisitos para inscripción	lun 15/06/20	mar 16/06/20	2 días	sáb 20/06/20	mar 23/06/20	4 días	
Realización de inscripción y confirmación de información sobre inicio de clases	lun 15/06/20	lun 15/06/20	1 día	vie 03/07/20	vie 03/07/20	0 días	
Revisión de tiempo y metodología de contenidos a desarrollar	lun 22/06/20	mar 23/06/20	1 día	lun 22/06/20	mar 23/06/20	0 días	SI
Inicio de clases	mar 16/06/20	mar 16/06/20	1 día	sáb 04/07/20	lun 06/07/20	14 días	
Seguimiento y control	mar 23/06/20	lun 06/07/20	10 días	mar 23/06/20	lun 06/07/20	0 días	SI

**Tabla 358 Resumen de actividades**



### 8.1.10 Organización de la implementación del proyecto

#### Estructura Organizativa del Proyecto

Con la finalidad de lograr los objetivos propuestos para la construcción, instalación y puesta en marcha de la Escuela Taller, se debe establecer una estructura organizativa en la cual existan encargados de ejecutar y desarrollar cada una de las actividades de los subsistemas que componen el desglose analítico.

Por lo tanto, es indispensable un gerente del proyecto, el cual tendrá la responsabilidad de realizar la implantación de la escuela. A la vez son necesarios un jefe administrativo y un jefe operativo.

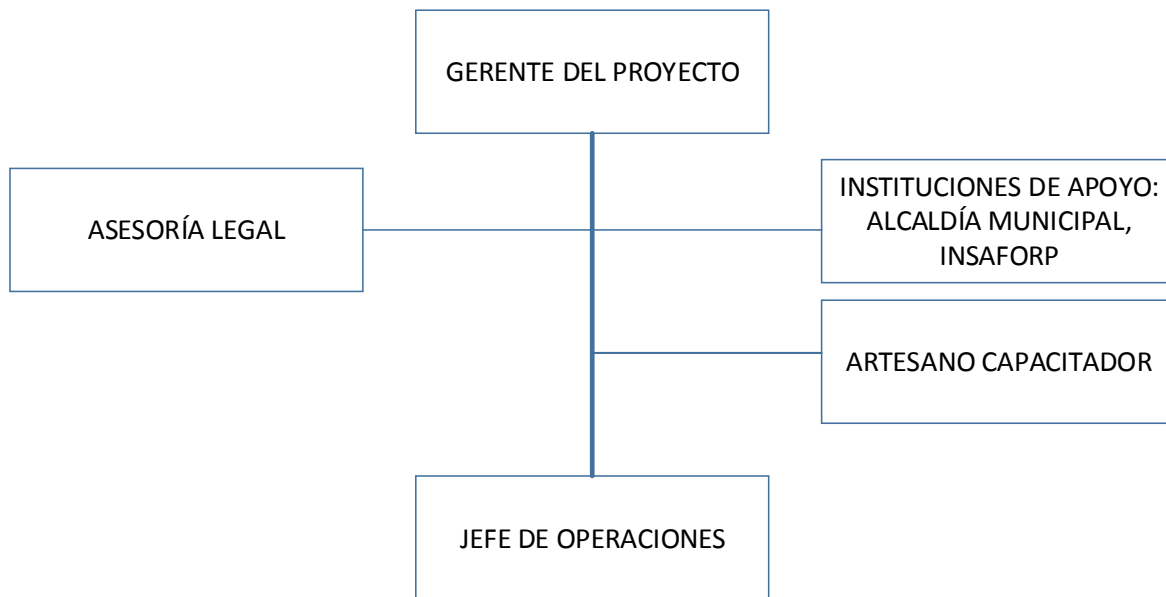


Ilustración 41 Estructura organizativa para implementación de Escuela Taller.

**El nivel directivo:** está conformado por el Coordinador o Gerente del proyecto, a quien le corresponde la toma de decisiones pues sobre él recae la máxima autoridad durante el desarrollo del proyecto.

**El nivel Operativo:** este nivel lo conforma el encargado de la ejecución del proyecto como jefe de operaciones y con apoyo a gerencia del control administrativo cuando así sea necesario.

## Funciones

### Gerente del General del Proyecto

El Gerente del proyecto constituye la máxima autoridad y se encuentra en el nivel directivo. Tiene la obligación de llevar a cabo todas las funciones del proceso administrativo: planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos y también verificar que se cumplan los objetivos que han sido establecidos para estos.

El Gerente del proyecto asume la responsabilidad de dirigir y evaluar al jefe del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a lo establecido.

### Jefe de Operaciones

Tiene como función principal planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos técnicos, logrando optimizar los recursos que intervienen en estas, y sobre todo que se cumplan los objetivos concernientes que dirigen al logro del objetivo del proyecto. Es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, así como también la instalación.

### Staff:

- **Asesoría legal:** persona o personas encargadas de apoyar en la implementación del proyecto con todas las actividades de índole legal a realizar para una correcta ejecución.
- **Artesano Capacitador:** persona o personas encargada de apoyar en la implementación del proyecto con sus conocimientos sobre la elaboración de artesanías textiles con telar de palanca y de su experiencia en la formación de nuevos artesanos.
- **Instituciones de Apoyo: Alcaldía Municipal, Insaforp:** instituciones con apoyo tanto, humano, financiero y técnico para la correcta implementación de la Escuela Taller.

## **MANUAL DE ORGANIZACIÓN**

Para el desarrollo de la administración del proyecto de la Escuela Taller se es necesario el establecimiento de un manual de organización ya que es un documento que contiene, en forma ordenada y sistemática, la información y/o las instrucciones sobre su marco jurídico administrativo, atribuciones, historia, organización, objetivo y funciones de la dependencia o entidad, constituyéndose además en un instrumento de apoyo administrativo, que describe las relaciones orgánicas que se dan entre las unidades administrativas, siendo ello, un elemento de apoyo a su funcionamiento.


### 8.1.11 Manual de Organización y Funciones

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 1 de 14



## Manual de Organización para la Ejecución del Proyecto


<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>


	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 2 de 14


Contenido:

Introducción	Pág.: 3
Objetivos	Pág.: 4
Misión, visión	Pág.: 5
Principios y Valores	Pág.: 6
Estructura Organizativa del Proyecto	Pág.: 7
Organigrama	Pág.: 8
Descripción de la estructura organizativa	Pág.: 9
Funciones básicas del Gerente del Proyecto.	Pág.: 10
Funciones básicas del Jefe de Operaciones.	Pág.: 12
Funciones básicas de Staff	Pág.: 14


<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>		<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>		Fecha ultima de revisión:
			Página: 3 de 14
<div style="text-align: center; margin-top: 100px;"> <p>Introducción</p> <p>En el presente manual se muestra la estructura organizativa sobre la cual se desarrollará la ejecución del proyecto, se determina cada uno de los puestos de trabajo requeridos y sus respectivas funciones para la correcta implantación de la ESCUELA TALLER logrando así brindar un servicio de formación de artesanos, como la elaboración productos textiles artesanales de calidad.</p> </div>			
<b>Elaborado por:</b>		<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 4 de 14
<div>Objetivos</div> <div><u>Objetivo General</u></div> <p>Definir la organización del equipo de trabajo necesario para la adecuada implantación de la Escuela Taller.</p> <div><u>Objetivos Específicos</u></div> <ul style="list-style-type: none"><li>• Presentar misión, visión, principios y valores con los cuales se regirá el proceso de implantación del proyecto.</li><li>• Mostrar un desglose de funciones a realizar por los distintos integrantes del equipo de trabajo designado para la implementación del proyecto.</li><li>• Brindar una herramienta que permita facilitar al personal el proceso de implementación de la Escuela Taller.</li></ul>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 5 de 14
<p>Pensamiento Estratégico</p> <p><u>Misión</u></p> <p>Implementar de manera eficiente el proyecto Escuela Taller para formar artesanos capacitados que puedan desempeñarse en el oficio textil artesanal elaborando tejidos de calidad, contribuyendo así al rescate y preservación del patrimonio cultural del pueblo de San Sebastián, San Vicente.</p> <p><u>Visión</u></p> <p>Instalar una Escuela Taller Artesanal autosostenible, líder a nivel nacional en la formación de artesanos textiles competentes y la elaboración de productos textiles artesanales de calidad, que contribuyan al bienestar social y económico del municipio de San Sebastián y de la Microrregión del Valle del Jiboa.</p>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>



	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 6 de 14


**PRINCIPIOS**

- Implementar la Escuela Taller con el mayor aprovechamiento de los recursos posible.
- Crear las condiciones necesarias para la formación de artesanos textiles capacitados.
- Crear las condiciones necesarias para la elaboración de productos textiles artesanales de calidad.
- Contribuir al desarrollo social y económico de San Sebastián, San Vicente.
- Contribuir en la preservación del patrimonio cultural de San Sebastián.
- Crear una actitud responsable y propositiva en la población joven de la municipalidad.

**VALORES**

- Responsabilidad
- Inclusión
- Respeto
- Innovación

<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 7 de 14
<p>ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</p> <p>Con la finalidad de lograr los objetivos propuestos para la construcción, instalación y puesta en marcha de la Escuela Taller, se debe establecer una estructura organizativa en la cual existan encargados de ejecutar y desarrollar cada una de las actividades de los subsistemas que componen el desglose analítico.</p> <p>Por lo tanto, es indispensable un gerente del proyecto, el cual tendrá la responsabilidad de realizar la implantación de la escuela a la vez se es necesario un jefe operativo el cual se verá involucrado con el apoyo en actividades administrativas, pero principalmente en actividades propiamente de campo.</p>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:



**ESCUELA TALLER ARTESANAL DE  
TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN  
VICENTE**

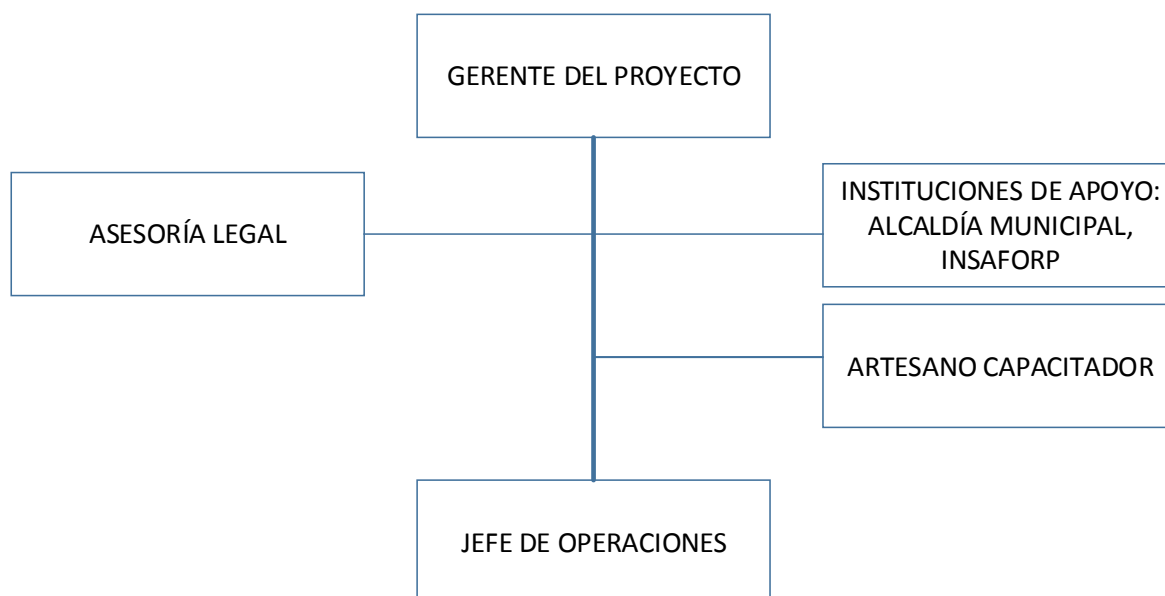
**MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y  
FUNCIONES**

**Fecha de elaboración:**

Fecha ultima de revisión:

Página: 8 de 14


## Estructura Organizativa





**Elaborado por:**

**Revisado por:**

**Autorizado por:**

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 9 de 14
<div style="text-align: center; margin-top: 100px;"> <b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA</b> </div> <p>El nivel directivo: está conformado por el Coordinador o Gerente del proyecto, a quien le corresponde la toma de decisiones pues sobre el recae la máxima autoridad durante el desarrollo del proyecto.</p> <p>El nivel Operativo: este nivel lo conforma el encargado de las actividades de campo para la ejecución del proyecto y de apoyo en el control administrativo cuando sea requerido por el nivel directivo, es por eso que está integrado por el jefe de la unidad de Operaciones.</p>		
<b>Elaborado por:</b>	<b>Revisado por:</b>	<b>Autorizado por:</b>

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 10 de 14
<b>Nombre del puesto: Gerente del Proyecto</b>	Número de personal a cargo  ---	Cargos subordinados  <b>Jefe de Operaciones</b>
<p><b>FUNCIONES BÁSICAS DEL GERENTE DEL PROYECTO</b></p> <p>El Gerente del proyecto constituye la máxima autoridad y se encuentra en el nivel directivo. Tiene la obligación de planificar, coordinar, evaluar y dar seguimiento a los paquetes de trabajo predefinidos y también verificar que se cumplan los objetivos que han sido establecidos para estos. El Gerente del proyecto asume la responsabilidad de dirigir y evaluar al jefe del nivel operativo, verificando que todas las actividades se desarrollen de acuerdo a lo establecido es por eso que la persona a desempeñar el cargo deberá cumplir con las siguientes funciones y actividades dispuestas para el mismo:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>a) Establecer los objetivos y metas específicas para la implementación del proyecto.</li><li>b) Analizar los aspectos financieros en la toma de decisiones.</li><li>c) Controlar la adquisición y documentación de las compras.</li><li>d) Liderar el proceso de planeación estratégica del proyecto.</li><li>e) Desarrollar el cronograma y programa de actividades.</li><li>f) Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas.</li><li>g) Analizar los perfiles propuestos para cada uno de los puestos de trabajo.</li><li>h) Seleccionar, evaluar y contratar a personal, y a empresa subcontratada.</li><li>i) Administrar contratos del personal.</li><li>j) Definir las políticas en la implementación del proyecto.</li></ul>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha última de revisión:
		Página: 11 de 14
<b>Nombre del puesto: Gerente del Proyecto</b>	Número de personal a cargo  ---	Cargos subordinados  <b>Jefe de Operaciones</b>

k) Dirigir, supervisar y controlar a los encargados de los paquetes de trabajo.

l) Estimar los recursos necesarios, costos y tiempo del proyecto.

m) Gestionar y asignar el uso óptimo de los recursos financieros y humanos.

n) Organizar y coordinar la ejecución de las actividades.

o) Supervisar y controlar el cumplimiento de las actividades de acuerdo a lo planeado.

p) Revisar y evaluar la ejecución del proyecto.

q) Definir y programar acciones correctivas.

Elaborar informes sobre la consecución del proyecto.

**Requisitos para el puesto**


f) Ser mayor de 18 años.


g) Competencia notoria para el desempeño del cargo.

h) Observar buena conducta.

i) Ser miembro de la Alcaldía Municipal de San Sebastián.

<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:

	ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE		Fecha de elaboración:
	MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES		Fecha ultima de revisión:
			Página: 12 de 14
Nombre del puesto: Jefe de Operaciones	Número de personal a cargo  ---	Cargos subordinados  -	
FUNCIONES BÁSICAS DEL JEFE DE OPERACIONES.  Tiene como función principal planear, coordinar, ejecutar, dirigir y controlar aquellas actividades relacionadas con aspectos técnicos, logrando optimizar los recursos que intervienen en estas, y sobre todo que se cumplan los objetivos concernientes que dirigen al logro del objetivo del proyecto. Es el responsable de supervisar la subcontratación y entrega de la obra civil, las actividades que comprende el equipamiento, así como también la instalación.  La persona a desempeñar el cargo deberá cumplir con las siguientes funciones y actividades dispuestas para el mismo:  a) Establecer las bases del concurso de licitación. b) Elaborar el informe de requerimientos de la obra civil. c) Hacer pública las licitaciones y el requerimiento de personal. d) Realizar contratación de los servicios requeridos. e) Dar seguimiento a la construcción y remodelación de la obra civil de las instalaciones donde funcionara la Escuela Taller. f) Coordinar con proveedores de materia prima e insumos. g) Controlar el avance de la obra civil a realizar para la readecuación del local. h) Evaluar y revisar los resultados del control aplicado al avance de la obra. i) Verificar la recepción de la obra civil con la calidad establecida.			
Elaborado por:		Revisado por:	Autorizado por:

	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>		<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>		Fecha ultima de revisión:
			Página: 13 de 14
<b>Nombre del puesto: Jefe de Operaciones</b>	Número de personal a cargo  ---	Cargos subordinados  -	
<p>           j) Planificar y ejecutar estrategias publicitarias.            k) Diseñar la capacitación del personal para la puesta en marcha.            l) Ejecutar prueba piloto y realizar los ajustes necesarios.            m) Elaborar los reportes sobre controles aplicados al proyecto y presentar al gerente del proyecto.         </p> <p> <b>Requisitos para el puesto</b> </p> <p>           f) Ser mayor de 18 años            g) Competencia notoria para el desempeño del cargo            h) Observar buena conducta            i) Ser miembro de la Alcaldía Municipal o artesano textil de San Sebastián.         </p>			
<b>Elaborado por:</b>		Revisado por:	Autorizado por:



	<b>ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE</b>	<b>Fecha de elaboración:</b>
	<b>MANUAL DE ORGANIZACIÓN Y FUNCIONES</b>	Fecha ultima de revisión:
		Página: 12 de 14
<b>Nombre del puesto: Jefe de Operaciones</b>	Número de personal a cargo  ---	Cargos subordinados  -
<p><b>FUNCIONES BÁSICAS DE INSTITUCIONES DE APOYO (STAFF).</b></p> <p>Las funciones básicas de estos es brindar apoyo en todas las áreas que sean requeridas sean estas legal, desarrollo de alianzas entre instituciones públicas y privadas para la aportación de recursos en la Escuela Taller.</p>		
<b>Elaborado por:</b>	Revisado por:	Autorizado por:

## 9 CONCLUSIONES

- Existe un gran interés en la capacitación del oficio artesanal textil de los telares, y un segmento de población beneficiario con bajo índice de capacitación previa, lo cual muestra la viabilidad de crear una escuela taller para la formación de nuevos artesanos.
- Los involucrados en el subsector textil artesanal muestran preocupación por la escasez de artesanos capacitados en las técnicas del oficio textil artesanal. El 51.46% de los artesanos posee solo un conocimiento parcial del oficio, además se cuenta con un 25% de telares en inactividad, demostrando la falta de artesanos capacitados en esa etapa del proceso.
- El 38% de los artesanos censados tienen 60 años o más de edad, este porcentaje es significativo, y refleja la necesidad de incentivar la formación de nuevos artesanos para que exista un relevo en el oficio, así mismo el proyecto propiciará la generación de nuevos empleos, beneficiando al sub sector textil artesanal y al municipio de San Sebastián.
- En los talleres del área urbana de San Sebastián el 82% de los artesanos son del género masculino. El 18% del género femenino se dedican principalmente a realizar cañones y canillas, mientras que solamente el 5% de los tejedores son mujeres. Existe un amplio margen de mejora en este sentido, y el proyecto de la escuela taller debe contribuir incentivando la participación de más mujeres dentro del sub-sector textil artesanal.
- Los productos textiles artesanales como hamacas, manteles y colchas cuentan con mucha demanda por varios segmentos de consumidores. La escuela taller debe dedicarse a la formación en la elaboración de estos productos tradicionales.
- Lo presentado en este estudio técnico son el resultado de investigación y análisis de las condiciones en que se planea implementar el proyecto de la escuela taller, planteando los detalles técnicos de la formación en el oficio artesanal textil y la producción de los textiles, que son los principales componentes con que se da cumplimiento al propósito del proyecto.

- La formación de nuevos artesanos será realizada por artesanos locales capacitados en técnicas pedagógicas por instituciones cooperantes, de acuerdo a un plan de capacitación, del cual se presenta propuesta en este trabajo.
- La producción de textiles artesanales para su comercialización será llevada a cabo por parte de artesanos locales, inicialmente provenientes de talleres locales e instructores de la Escuela Taller, y posteriormente se integrarán alumnos de la misma institución, de acuerdo a los requisitos establecidos.
- La comercialización es otro componente importante para el crecimiento del proyecto, ya que se espera que productos elaborados en la Escuela Taller puedan ser comercializados en diferentes partes del país, aplicando estrategias que permitan alcanzar una participación de mercado acorde a la capacidad productiva inicial del proyecto y el crecimiento del mismo, según se ha planificado.
- La distribución de los productos se realizará por los diferentes canales que resultan más apropiados de acuerdo al estudio de mercado realizado. Estos incluyen la venta en una tienda propia en las instalaciones del Escuela Taller, venta a comerciantes, utilización de redes sociales y presentaciones en ferias entre otras.
- En este estudio se presenta una propuesta de organización adaptada a las características del proyecto, e incluyendo a diferentes sectores involucrados, como financistas y/o cooperantes locales, artesanos y alumnos, para la toma de decisiones estratégicas de la organización.
- Se proyecta realizar una inversión por un monto de \$ 18,325.09 que incluye las remodelaciones que se realizarán a las instalaciones, para adecuarlo a las necesidades del proyecto, el equipo a utilizar en la formación de los nuevos artesanos y la elaboración de productos, y el mobiliario para sus diferentes áreas, así como las investigaciones previas, gastos legales y la administración del proyecto.
- El capital de trabajo necesario para el inicio de las operaciones del proyecto, establecido para los primeros seis meses, alcanza un monto de \$

25,117.23, incluye materias primas, materiales, insumos, mano de obra y el costo de los servicios, para el periodo mencionado.

- El proyecto de la escuela taller a ejecutar en San Sebastián es producto de la cooperación y aporte de fondos para la implementación y operación del proyecto, la equitación del centro, servicios básicos, pago de salarios y el acondicionamiento de las instalaciones, se ha establecido sobre una base de financiación aportada por la Alcaldía Municipal de San Sebastián, a su vez proveniente de fondos de donaciones y cooperación de organizaciones nacionales e internacionales.
- El proyecto de la escuela taller de telares de San Sebastián es económicamente factible, ya que tiene VAN= \$ 26,721.76, TIR= 25.98%, TRI= 3.74 y B/C=1.69.

## 10 RECOMENDACIONES

- Propiciar el involucramiento de más mujeres en las diferentes etapas del proceso de elaboración de los productos textiles artesanales.
- Realizar la selección de proveedores en base a los requerimientos de materia prima, las características esperadas del producto y la identificación de las diferentes opciones en el mercado, presentadas en este trabajo, atendiendo aspectos calidad y precio.
- Se recomienda cumplir con cada uno de los requisitos técnicos planteados, para las diferentes áreas y componentes del proyecto, dado que el funcionamiento correcto de cada una de las partes va a generar los resultados esperados del proyecto, en beneficio de los participantes y la comunidad local.
- Proporcionar al alumno de la Escuela Taller las mejores condiciones para su aprendizaje, no solo del punto de vista organización, sino también desde la relación interpersonal entre alumno e instructor, motivándole a ejercer el oficio una vez culmine el curso.
- Contar con el personal administrativo y operativo que cumpla con los requisitos establecidos en este trabajo, y asegurarse que cada uno estos colaboradores cumplan con sus funciones para el mejor desempeño de la organización y el logro de los objetivos.
- El proyecto debe consolidarse como institución formadora, como también un destacado competidor en el subsector, sin perder el propósito originador del mismo, y que en un futuro continúe prestando su servicio a la población que lo necesita y generando oportunidades.
- Que la administración del proyecto, procure siempre el beneficio de los artesanos que forman parte de la escuela taller, como de los alumnos de la misma, ofreciendo salario digno y oportunidades de inserción laboral a los artesanos recién formados, así como trabajar de la mano con los productores de los demás talleres del municipio en este último aspecto.

## 11 GLOSARIO TÉCNICO

**Balance de Materiales.** El balance de materiales es una técnica que se encarga de validar todo aquello que dé valor al proceso productivo. Así, es utilizada para obtener un estimado preciso de los insumos a ser requeridos para la producción.

**Bienes complementarios.** Bienes complementarios, que se usan de manera conjunta con otros, cuando el precio de uno de estos sube, la demanda baja, y viceversa (café y azúcar, automóvil y gasolina).

**Bienes finales.** Los bienes finales son a los que les damos un uso final, es decir, han sido producidos directamente para ser utilizados por el consumidor final y satisfacer una necesidad determinada (por ejemplo, una mesa, un jersey o un lápiz). Dentro de estos bienes finales, debemos diferenciar entre bienes sustitutivos y bienes complementarios.

**Bienes sustitutivos.** Bienes sustitutivos cuales, por su nombre son reemplazados por otros bienes que satisfacen la misma necesidad. Son un tipo de bien que se caracteriza porque su consumo sube cuando baja su precio, y viceversa (la mantequilla y la margarina, el café y el té).

**Calada.** Abertura entre los hilos pares e impares de la urdidura, por donde pasa la trama.

**Calidad.** Es la creación continua de valor para el cliente.

**Capacidad Instalada.** Volumen de producción de bienes y/o servicios que es posible generar en una unidad productiva del país de acuerdo con la infraestructura disponible o bajo las condiciones dadas. Se puede medir en cantidad de bienes y servicios producidos por unidad de tiempo.

**Carga Física de Trabajo.** La carga física de trabajo es el conjunto de requerimientos físicos a los que se ve sometida la persona a lo largo de la jornada laboral. Supone la realización de esfuerzos.

**Clear Channel.** Es un método para el balance de mano de obra en los procesos de la planta. Comprende el manejo de los recursos humanos entre los procesos de la planta de manera que se mantenga un equilibrio entre los distintos procesos de la planta.

**Comerciantes.** Son intermediarias entre productor y consumidor; su función primordial es la compra/venta de productos terminados. Pueden clasificarse en: mayoristas y minoristas.

**Desperdicio.** Cuando un producto o parte están fuera de especificación, el desperdicio en materiales y trabajo no incluye sólo la manufactura del defectuoso, sino también el retrabajo, el desecho, y otros costos indirectos.

**Esfuerzo muscular dinámico.** Se produce por una sucesión periódica de contracción y relajación muscular periódica (contracción muscular isotónica). Estas acciones requieren de elementos energéticos y oxígeno para realizarse y producen residuos que se deben evaluar.

**Fatiga muscular.** La fatiga muscular es la disminución de la capacidad física del individuo después de haber realizado un trabajo durante un tiempo determinado. Es un fenómeno complejo que se caracteriza porque el operario baja el ritmo de actividad, nota cansancio, los movimientos se hacen más torpes e inseguros, se acompaña de malestar e insatisfacción y una bajada del rendimiento tanto en cantidad como en calidad.

**FOB.** Free on board' que en español significa 'Libre a bordo', y pertenece a la lista de Incoterms (términos internacionales de comercio). Es un acuerdo de compraventa utilizado en el comercio internacional para referirse a las

condiciones, derechos y obligaciones que existen tanto para el comprador como para el vendedor.

**Formación.** La formación abarca el proceso de capacitación, desarrollo de carrera u oficio y actualización, en correspondencia con las necesidades.

**Insumos.** Es un bien consumible utilizado en el proceso productivo de otro bien.

**Intermediarios.** Venden de lo que no es suyo, media entre el productor o fabricante y el consumidor.

**Lanzadera.** Consiste en un mecanismo de palancas que empuja la lanzadera por una pista, esto posibilita la fabricación de tejidos más anchos que antes en el campo de acción del brazo humano.

**Mayoristas.** Venden a gran escala o a grandes rasgos.

**Minoristas** (detallistas). Venden al menudeo.

**Peine.** Pieza básica en el telar de peine liso que permite levantar y bajar alternadamente los hilos de la urdidura, para permitir la abertura de la calada y el posterior pasaje de la trama.

**Personal Ocupado.** Conjunto de personas, fijas o eventuales, que se encontraban ejerciendo una labor, remunerada o no, para el establecimiento. Se incluyen las personas con licencia por enfermedad, vacaciones remuneradas y licencias accidentales, aún sin goce de sueldo, así como los trabajadores a tiempo reducidos que figuren en nómina.

**PIB.** Conjunto de los bienes y servicios producidos en un país durante un espacio de tiempo, generalmente un año.



**Proceso Administrativo.** Este proceso administrativo formado por 4 funciones fundamentales, planeación, organización, ejecución y control. Constituyen el proceso de la administración.

**Producción.** Un proceso de producción es un sistema de acciones que se encuentran interrelacionadas de forma dinámica y que se orientan a la transformación de ciertos elementos. De esta manera, los elementos de entrada (conocidos como factores) pasan a ser elementos de salida (productos), tras un proceso en el que se incrementa su valor.

### **Tejido de punto**

Técnica de elaboración de tejidos entrelazando bucles de hilos de manera horizontal u/o vertical.

**Tempial.** Herramienta usada para mantener extendida de manera transversal la tela en proceso de tejido.

### **Trama**

Es el segundo conjunto de hilos, pasados en sentido transversal al telar, con el auxilio de una aguja (denominada también naveta). La trama es pasada entre los hilos de la urdidura por una abertura que se denomina calada.

### **Unidad Económica**

Es un concepto se usa en el contexto de la Economía y las finanzas públicas. Individuos y organizaciones en cuyo comportamiento se interesa la economía y que analíticamente pueden considerarse unidades de decisión.

### **Urdimbre**

Es formada por un conjunto de hilos tensionados, paralelos y colocados previamente en el sentido del largo del telar.

## 12 BIBLIOGRAFÍA

- (DYGESTIC), D. G. (2018). *Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples 2017*. Ciudad Delgado.
- (FUNDE), F. N. (2015). *Lineamientos para una estrategia de desarrollo integral y atención de la vulnerabilidad en el Valle del Jiboa, El Salvador*. San Salvador.
- (PNUD), P. d. (2005). *Indicadores municipales sobre desarrollo humano y Objetivos de Desarrollo del Milenio*. San Salvador.
- Asamblea Legislativa de El Salvador. (2016). *Ley de Fomento, Protección y Desarrollo del Sector Artesanal*. San Salvador.
- Banco Central de Reserva de El Salvador. (2018). *Informe Macroeconómico 2018*. San Salvador.
- Ciampagna, J. M. (30 de 11 de 2012). *Metodología: "Aprender haciendo", aplicado al estudio de los SIG (1)*. Obtenido de <https://elprofejose.com/2012/11/30/metodologia-aprender-haciendo-aplicado-al-estudio-de-los-sig-1/>
- concepto definición. (s.f.). *Definición de Metodología*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/metodologia/>
- Keller, P. K. (2001). *Dirección de Marketing. 12 Edición 2006*.
- lacuracaonline.com. (s.f.). *UNICOMER S.A DE C.V* . Obtenido de <https://www.lacuracaonline.com/elsalvador/productos/electrodomesticos/maquinas-de-coser.html/janome-maquina-de-coser-670ts5-electrica>
- Meyer., D. B. (12 de Septiembre de 2006). *LA INVESTIGACIÓN DESCRIPTIVA*. Obtenido de Síntesis de "Estrategia de la investigación descriptiva": <https://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaci-n-descriptiva.php>
- Ministerio de Economía. (2014). *Ficha 14/UE Textiles y confección artesanales*. San Salvador.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), F. D. (2011, segunda edición). *Almanaque 262 Estado del desarrollo humano en los municipios de El Salvador 2009*. San Salvador.

Riestra, C. (12 de Mayo de 2010). *Elección de métodos de investigación*. Obtenido de [https://es.slideshare.net/Canek\\_Riestra/eleccin-de-mtodos-de-investigacin](https://es.slideshare.net/Canek_Riestra/eleccin-de-mtodos-de-investigacin)

salvador, o. d. (s.f.). Obtenido de <https://www.officedepot.com.sv/officedepotSV/en/Categor%C3%ADa/Todas/Muebles-y-Decoraci%C3%B3n/Mesas/Mesas-plegables/c/03-03-03-0?siteName=Office+Depot+El+Salvador>

Sampieri. (2010). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGRAW-HILL.

*Tipos de entrevistas y sus características*. (s.f.). Obtenido de <https://oie.es/es/tipos-entrevistas-caracteristicas/>

## 13 ANEXOS

### ÍNDICE REFERENCIAL DE ANEXOS

ANEXO	PAGINA DE MENCIÓN
<b>Anexo 1:</b> Determinación de P Y Q	78 / 146
<b>Anexo 2:</b> Encuesta para segmento de la población de San Sebastián entre 16-35 años.	80
<b>Anexo 3:</b> Cuestionario dirigido a consumidores de productos Textiles Artesanales	148
<b>Anexo 4:</b> Censo de Talleres y Artesanos	221
<b>Anexo 5:</b> Cuestionario Dirigido A Los Productores	221
<b>Anexo 6:</b> Cuestionario Dirigido a Los Comerciantes de Textiles Artesanales	305
<b>Anexo 7:</b> Cantidad de compra productos por pedido	321
<b>Anexo 8:</b> Determinación de los pronósticos de producción periodo 1-5 años de funcionamiento.	469
<b>Anexo 9:</b> Determinación de UBPP	475
<b>Anexo 10:</b> Tarifas de salarios mínimos	517
<b>Anexo 11:</b> Cotizaciones	514
<b>Anexo 12:</b> Propuestas de Estatutos	578
<b>Anexo 13:</b> Punto de Equilibrio	582/ 646

## Anexo 1 Determinación de P Y Q

### A) DETERMINACIÓN DE P Y Q MERCADO ABASTECEDOR ESCUELA TALLER

Determinación de P y Q para mercado abastecedor de la Escuela Taller el cual está comprendido por la población del municipio de San Sebastián, San Vicente cuyo rango de edad se encuentre entre los 16 y 35 años.

Para determinar P y Q se realizó un sondeo en el parque y mercado municipal del Municipio de San Sebastián dirigido a la población antes mencionada sin distinción de género donde se les consulto lo siguiente:

¿Le gustaría aprender el oficio de artesano textil?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

De un total de 25 personas encuestadas, 20 respondieron de forma positiva a la pregunta, mientras los 5 restantes respondieron de forma negativa, por lo que los resultados obtenidos para **p** y **q** son los siguientes:

Personas de San Sebastián dispuestas a aprender el oficio de artesano textil	
Probabilidad de éxito (p)	Probabilidad de Fracaso (q)
0.80	0.20

Tabla 359 Disposición para aprender oficio artesano textil.

### B) DETERMINACIÓN DE P Y Q MERCADO CONSUMIDOR PRODUCTOS TEXTILES ARTESANALES

Determinación de P y Q para mercado consumidor de productos textiles artesanales el cual está comprendido por la población del Área Metropolitana de San Salvador mayor de 18 años.

Para determinar P y Q se realizó un sondeo en las cercanías del Mercado Ex-Cuartel del Municipio de San Salvador dirigido a la población antes mencionada sin distinción de género donde se les consulto lo siguiente:

¿Ha comprado alguna vez productos textiles artesanales?

Sí\_\_\_\_ No\_\_\_\_

De un total de 25 personas encuestadas, 23 respondieron de forma positiva a la pregunta, mientras las 2 personas restantes respondieron de forma negativa, por lo que los resultados obtenidos para **p** y **q** son los siguientes:

<b>Adquisición de productos textiles artesanales</b>	
Probabilidad de éxito (p)	Probabilidad de Fracaso (q)
0.92	0.08

Tabla 360 Probabilidad de éxito/fracaso adquisición de productos textiles artesanales.

## Anexo 2 Encuesta para segmento de la población de San Sebastián entre 16-35 años



### ENCUESTA:

#### NIVEL DE ACEPTACIÓN ESCUELA TALLER DE TEXTIL ARTESANAL EN TELARES

##### Introducción

La presente encuesta se realiza con la finalidad de conocer el nivel de aceptación de una escuela taller de telares artesanales para jóvenes del municipio de San Sebastián, San Vicente. Posibilitando la identificación del grado de demanda que este servicio tendrá dentro del municipio y obtener insumo para desarrollar una propuesta de implementación que sea del máximo aprovechamiento para los jóvenes.

Por favor, invierta unos pocos minutos de su tiempo para llenar el siguiente cuestionario.

Género: F ☐ M ☐

Edad \_\_\_\_ años

¿En qué zona del municipio reside?

Urbana ☐

Rural ☐

1. ¿Actualmente cuál es su ocupación?

a) Estudia ☐

b) Trabaja ☐

c) Ambos ☐

d) Ninguna de las anteriores ☐

2. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

a) Primaria ☐

b) Secundaria ☐

c) Bachillerato ☐

d) Educación Superior o técnico ☐

e) Ninguno de las anteriores ☐

3. ¿Qué tan importante considera usted los talleres de telares que existen en el municipio?

a) Muy importante ☐

b) Importante ☐

c) Poco importante ☐

d) Sin importancia ☐

4. ¿Qué representan para usted los telares en San Sebastián?

a. Tradición cultural

b. Fuente de trabajo

c. Otra. Especificar: \_\_\_\_\_

5. ¿Ha recibido usted clases o algún tipo de capacitación sobre el oficio de artesano textil?

Sí ☐ No ☐

Si su respuesta es SI pasar a la pregunta 6, si su respuesta es NO pasar a pregunta 12.

6. ¿Qué institución fue la encargada de brindarle su capacitación?

a) Taller particular ☐

b) Alcaldía Municipal ☐

c) Casa de la cultura ☐

d) Insaforp o Conamype ☐

e) Otra especifique: \_\_\_\_\_

7. ¿Qué nivel de conocimiento tiene acerca del oficio?

a) Total ☐

b) Parcial ☐

8. ¿Trabaja en el oficio artesano textil?

Sí ☐ No ☐

Si su respuesta es SI pasar a la pregunta 9, si su respuesta es NO pasar a la pregunta 10.

9. ¿En qué modalidad trabaja como artesano textil?

a) Tiempo completo ☐

b) Tiempo parcial ☐

c) Eventualmente ☐

Favor pasar a la pregunta 11.

10. ¿Si sabe realizar el oficio, por qué motivo o motivos no trabaja usted como artesano textil?

a) Mala remuneración económica

b) Falta de puestos laborales

c) El trabajo realizado es muy agotador

d) No me interesa

e) Otro especifique: \_\_\_\_\_



11. ¿Le gustaría mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?

Sí ☐ No ☐

Si su respuesta es SI pasar a la pregunta 13, si su respuesta es NO pasar a la pregunta 17.

12. ¿Le gustaría aprender el oficio de artesano textil?

Sí ☐ No ☐

Si su respuesta es SI pasar a la pregunta 13, si su respuesta es NO pasar a la pregunta 17.

13. ¿Qué lo motiva a usted para interesarse a aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil? Seleccione una o más de una.

- a) Remuneración económica (fuente de empleo) ☐
- b) Aprecio por el arte ☐
- c) Aprender algo nuevo ☐
- d) Otro especifique \_\_\_\_\_

14. Por favor, marque con una X el atributo que asocia al oficio artesano textil.

- a) Tradición cultural \_\_\_\_\_
- b) Alto esfuerzo físico \_\_\_\_\_
- c) Remuneración justa \_\_\_\_\_
- d) Buen ambiente laboral \_\_\_\_\_
- e) Difícil de aprender \_\_\_\_\_

15. ¿En caso que usted asistiera a clase donde se le enseñe el oficio de artesano textil que horario le resultaría más conveniente?

- a) Matutino ☐
- b) Vespertino ☐
- c) Fines de semana ☐

16. ¿Qué desearía o que esperaría usted al final de su capacitación como artesano textil? Seleccione una o más.

- a) Diploma que lo acredite como artesano ☐
- b) Colocación laboral en un taller ya existente ☐
- c) Trabajar en la escuela taller ☐
- d) Asociarse en una cooperativa ☐
- e) Montar su propio taller ☐
- f) Otro especifique: \_\_\_\_\_

**¡Gracias por participar en esta encuesta, feliz día!**

17. ¿Por qué motivo o motivos no le gustaría a usted aprender o mejorar sus habilidades en el oficio de artesano textil?

- a) Genera poco ingreso económico ☐
- b) No dispongo del tiempo necesario ☐
- c) Creo que es un trabajo para personas de la tercera edad ☐
- d) Ya sé otro oficio y me dedico a él ☐
- e) No me interesa ☐
- f) Otro especifique: \_\_\_\_\_

**¡Muchas gracias por su colaboración, feliz día!**

### Anexo 3 Cuestionario dirigido a consumidores de productos Textiles Artesanales

#### CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS CONSUMIDORES DE PRODUCTOS TEXTILES

##### ARTESANALES

**Objetivo:** indagar la caracterización del consumidor de los productos textiles artesanales, sus preferencias, frecuencia de compra y otros aspectos que permitan identificar la situación actual del consumo de estos productos.

Por favor invierta un poco de su tiempo para responder a las siguientes preguntas.

1. Genero
Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/>
2. Rango de Edad
<input type="checkbox"/> 18 - 25 años <input type="checkbox"/> 26 – 35 años <input type="checkbox"/> 36 – 45 años <input type="checkbox"/> Más de 45 años
3. ¿En qué municipio reside?
Municipio: _____
Por favor conteste por su grupo familiar
4. ¿Ha comprado alguna vez productos textiles artesanales?
Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Si su respuesta es no pasar a pregunta 16.
Si su respuestas anterior es No fin de la encuesta, gracias por su colaboración feliz día.
5. ¿Qué palabra o palabras relaciona con las artesanías textiles?
<input type="checkbox"/> Identidad del lugar de procedencia <input type="checkbox"/> Elaborado a mano <input type="checkbox"/> Colorido

<input type="checkbox"/> Originalidad					
6. ¿Cómo califica la calidad de los productos textiles artesanales?					
<input type="checkbox"/> Muy buena <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala <input type="checkbox"/> Muy Mala					
7. ¿Cuánto está dispuesto a pagar por los productos textiles artesanales?					
	De \$1.00 a \$10.00	De \$10.01 a \$20.00	De \$20.01 a \$30.00	De \$30.01 a \$40.00	Más de \$40.00
Hamacas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colchas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cubrecamas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manteles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bufandas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tela de manta (1 yd)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. ¿Conoce el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que ha comprado?					
<input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No Si su respuesta es No, pasar a pregunta 10.					
9. ¿De qué lugar provienen los productos textiles artesanales que ha comprado?					
10. ¿Qué productos textiles ha adquirido en los últimos 12 meses?					
Marque 2 ó 3 opciones					

- ☐ Hamacas
- ☐ Colchas
- ☐ Cubrecamas
- ☐ Mantiles
- ☐ Bufandas
- ☐ Bolsos
- ☐ Tela de manta
- ☐ Otro \_\_\_\_\_

#### 11. ¿En que época del año o temporada ha adquirido los productos?

	Inicio del año	Semana Santa	Vacaciones agostinas	Navidad	Otra época
Hamacas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colchas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cubrecamas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantiles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bufandas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tela de manta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 12. ¿Con que frecuencia adquiere los productos?

	Cada trimestre	2 veces al año	1 vez al año	Cada 2 años
Hamacas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colchas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cubrecamas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mantiles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bufandas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Tela            de <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> manta Otro _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		
13. ¿Qué considera que debe tener un textil artesanal para que usted se decida a comprarlo?		
14. ¿Conoce los productos textiles artesanales de San Sebastian?		
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No		
Si su respuesta es no pasar a pregunta 16.		
15. ¿Cuál en su opinión acerca de los productos textiles artesanales de San Sebastian en cuanto a: ?		
<table border="0"> <tr> <td> Calidad  <input type="checkbox"/> Buena  <input type="checkbox"/> Regular  <input type="checkbox"/> Mala  Durabilidad  <input type="checkbox"/> Buena  <input type="checkbox"/> Regular  <input type="checkbox"/> Mala </td> <td> Diseño  <input type="checkbox"/> Bueno  <input type="checkbox"/> Regular  <input type="checkbox"/> Malo  Precio  <input type="checkbox"/> Adecuado  <input type="checkbox"/> Caro </td> </tr> </table>	Calidad <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala Durabilidad <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala	Diseño <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo Precio <input type="checkbox"/> Adecuado <input type="checkbox"/> Caro
Calidad <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala Durabilidad <input type="checkbox"/> Buena <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Mala	Diseño <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo Precio <input type="checkbox"/> Adecuado <input type="checkbox"/> Caro	
16. Indique el ingreso mensual promedio de su grupo familiar		
<input type="checkbox"/> Menos de \$300.00 <input type="checkbox"/> \$300.00 a \$600.00 <input type="checkbox"/> \$601.00 a \$1000.00 <input type="checkbox"/> \$1001.00 a \$1500.00 <input type="checkbox"/> Más de \$1500.00		

Muchas Gracias por participar en la Encuesta. Feliz día

## Anexo 4 Censo de Talleres y Artesanos

### Parte I

Información General			
Nombre de Taller			
Dueño / Encargado			
Años de existencia del taller			
Dirección			
Correo Electrónico			
Número de Colaboradores			
Equipo con el que cuenta	<div style="text-align: right;">Cantidad</div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>Telar</div> <div><input type="checkbox"/></div> <div>_____</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>Urdidor</div> <div><input type="checkbox"/></div> <div>_____</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>Torno</div> <div><input type="checkbox"/></div> <div>_____</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>Trazcañadera</div> <div><input type="checkbox"/></div> <div>_____</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>Máquina de coser</div> <div><input type="checkbox"/></div> <div>_____</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div>Otro _____</div> <div><input type="checkbox"/></div> <div>_____</div> </div>		
Cantidad de telares	Total:	Activo:	Inactivo:
Observaciones			

## Parte II

Información de Artesanos que laboran en el taller	N.º	Nombre	Genero	Edad en años	Cargo que desempeña	Cantidad de productos que realiza por día	Horario en que labora	Años de experiencia
	1		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	2		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	3		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	4		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	5		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	6		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	7		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					
	8		<input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F					



## Anexo 5 Cuestionario Dirigido A Los Productores

**Objetivo:** indagar a cerca de las condiciones en que operan los productores artesanales del municipio de San Sebastián, su punto de vista de la situación actual y la perspectiva que tienen del futuro del negocio, así como la caracterización del cliente.

Nombre del Taller	
<b>BLOQUE: CARACTERIZACIÓN DEL TALLER</b>	
1. ¿Qué productos elaboran en el taller?	
<input type="checkbox"/> Hamacas <input type="checkbox"/> Colchas <input type="checkbox"/> Cubrecamas <input type="checkbox"/> Mantiles <input type="checkbox"/> Bufandas <input type="checkbox"/> Bolsos <input type="checkbox"/> Tela de manta <input type="checkbox"/> Otro _____	
2. ¿Cuál de los productos es el que se vende más?	
Hamacas	<input type="checkbox"/>
Colchas	<input type="checkbox"/>
Cubrecamas	<input type="checkbox"/>
Mantiles	<input type="checkbox"/>
Bufandas	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>
Tela de manta	<input type="checkbox"/>
Otro _____	<input type="checkbox"/>
<b>BLOQUE: CARACTERIZACIÓN DEL CLIENTE</b>	

3. ¿Cuál es su tipo de cliente principal?
<input type="checkbox"/> Cliente directo (final) <input type="checkbox"/> Comerciante minorista <input type="checkbox"/> Mayoristas <input type="checkbox"/> Otro _____
4. Lugar de procedencia de los clientes Marque solo las 2 opciones más importantes
<input type="checkbox"/> Zona Occidental _____ <input type="checkbox"/> Zona Central _____ <input type="checkbox"/> Zona Oriental _____ <input type="checkbox"/> Zona Paracentral _____ <input type="checkbox"/> Del extranjero _____ <input type="checkbox"/> No conozco la procedencia
5. En su mayoría ¿cuál es el género de sus clientes?
<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Por igual
6. En su mayoría ¿cuál es la edad de sus clientes?
<input type="checkbox"/> Menor de 35 años <input type="checkbox"/> Entre 35 y 60 años <input type="checkbox"/> Mayor de 60 años
7. ¿En qué lugar o por qué medio se generan más ventas?
<input type="checkbox"/> En el propio Taller <input type="checkbox"/> Tienda independiente <input type="checkbox"/> Entrega al domicilio <input type="checkbox"/> Otro _____

8. ¿Con que finalidad compra el cliente sus productos? Marque las 2 ó 3 opciones más relevantes					
Objeto útil		<input type="checkbox"/>			
Elemento decorativo		<input type="checkbox"/>			
Artículo de regalo		<input type="checkbox"/>			
Suvenir o recuerdo		<input type="checkbox"/>			
Otro motivo		<input type="checkbox"/>	_____		
9. ¿Por qué compra el cliente sus productos? Marque las 3 opciones más relevantes					
Precio		<input type="checkbox"/>			
Diseño		<input type="checkbox"/>			
Creatividad		<input type="checkbox"/>			
Calidad		<input type="checkbox"/>			
Singularidad / exclusividad		<input type="checkbox"/>			
Diferenciación		<input type="checkbox"/>			
Conveniencia (adaptado a las necesidades del cliente)		<input type="checkbox"/>			
Otro motivo		<input type="checkbox"/>	_____		
10. ¿En qué época se venden más sus productos?					
	1er trimestre (enero – marzo)	2do trimestre (abril – junio)	3er trimestre (julio – septiembre)	4to trimestre (octubre – diciembre)	De forma constante todo el año
Hamacas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colchas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Cubrecamas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manteles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bufandas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tela de manta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

11. ¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar o vender sus productos?	
Marque las 3 opciones más relevantes	
Boca a boca	<input type="checkbox"/>
Contacto directo	<input type="checkbox"/>
Folletos y material promocional	<input type="checkbox"/>
Ferias comerciales y eventos	<input type="checkbox"/>
Punto de venta propio	<input type="checkbox"/>
A través de asociaciones	<input type="checkbox"/>
Otro medio	<input type="checkbox"/> _____

<b>BLOQUE: COMPETENCIA</b>	
12. ¿De dónde es su principal competencia?	
Marque las 2 opciones más relevantes	
Del mismo departamento	<input type="checkbox"/>
De la Zona Occidental	<input type="checkbox"/>
De la Zona Oriental	<input type="checkbox"/>

De la Zona Central y	<input type="checkbox"/>
Paracentral (exceptuando San Vicente)	
De Guatemala	<input type="checkbox"/>
De otros países	<input type="checkbox"/>
13. ¿Que tipo de productos le hacen competencia? Marque solo las 2 ó 3 opciones más relevantes*	
Productos similares	<input type="checkbox"/>
Productos fabricados de manera industrial	<input type="checkbox"/>
Productos diferentes que realicen la misma función	<input type="checkbox"/>
<b>BLOQUE: OPERACIÓN DEL NEGOCIO</b>	
14. ¿Cuáles son los principales problemas que se presentan en la producción y abastecimiento? Marque las 2 ó 3 opciones más relevantes	
<input type="checkbox"/> Escasez de artesanos <input type="checkbox"/> Pequeño tamaño del taller <input type="checkbox"/> Dificultades en el abastecimiento de la materia prima <input type="checkbox"/> Falta de financiación <input type="checkbox"/> Otros _____	
15. ¿Cuales son los principales problemas que se presentan en la comercialización de los productos? Marque las 3 opciones más relevantes	
<input type="checkbox"/> Precio del producto <input type="checkbox"/> Diseño del producto poco atractivos <input type="checkbox"/> Dificultades en la distribución de los productos	

<input type="checkbox"/> Competencia de productos más baratos <input type="checkbox"/> Falta de asociatividad del sector <input type="checkbox"/> Acceso al mercado de consumo <input type="checkbox"/> Otros _____
16. ¿La cantidad de artesanos con que trabajan en el taller es suficiente para cubrir la demanda que tienen?
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿A qué se debe?: _____
17. ¿Facilita el aprendizaje del oficio a jóvenes?
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No Si responde Si, ¿A cuántos han enseñado en el último año?: _____
18. ¿Ha dado oportunidad de trabajo a los aprendices?
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No Si responde Si, ¿A cuántos ha dado trabajo?: _____
19. ¿La cantidad de equipo con que cuenta es suficiente para cubrir la demanda que tienen?
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿A qué se debe?: _____
20. ¿Cuánto hilo requiere para la producción y qué características debe tener?
_____

21. ¿Cada cuánto se abastece de materia prima?
<input type="checkbox"/> Cada semana <input type="checkbox"/> 2 veces al mes <input type="checkbox"/> Cada mes <input type="checkbox"/> Cada dos meses <input type="checkbox"/> Cada trimestre
22. ¿Cuáles son los canales por los que se abastece de la materia prima?
<input type="checkbox"/> Vendedor local <input type="checkbox"/> Distribuidor autorizado <input type="checkbox"/> Fabricante <input type="checkbox"/> Otros _____
23. ¿A qué precio por unidad de medida compra la materia prima?
_____
24. En su opinión ¿Qué oportunidades visualiza para los talleres de telares de San Sebastián en el próximo año?
_____
25. ¿Tiene conocimiento de si sus productos han sido llevados a otros países?
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No ¿De qué manera?: _____

## Anexo 6 Cuestionario Dirigido a Los Comerciantes de Textiles Artesanales

### CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS COMERCIANTES DE TEXTILES ARTESANALES

**Objetivo:** indagar a cerca de la demanda de los productores artesanales en los principales mercados de artesanías ubicados en San Salvador.

Nombre del negocio																
Ubicación																
1. ¿Qué productos textiles artesanales vende en su negocio?																
<input type="checkbox"/> Hamacas <input type="checkbox"/> Colchas <input type="checkbox"/> Cubrecamas <input type="checkbox"/> Mantiles <input type="checkbox"/> Bufandas <input type="checkbox"/> Bolsos <input type="checkbox"/> Tela de manta <input type="checkbox"/> Otro _____																
2. ¿Cuál de los productos textiles artesanales es el que se vende más?																
<table><tr><td>Hamacas</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Colchas</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Cubrecamas</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Mantiles</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Bufandas</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Bolsos</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Tela de manta</td><td><input type="checkbox"/></td></tr><tr><td>Otro _____</td><td><input type="checkbox"/></td></tr></table>	Hamacas	<input type="checkbox"/>	Colchas	<input type="checkbox"/>	Cubrecamas	<input type="checkbox"/>	Mantiles	<input type="checkbox"/>	Bufandas	<input type="checkbox"/>	Bolsos	<input type="checkbox"/>	Tela de manta	<input type="checkbox"/>	Otro _____	<input type="checkbox"/>
Hamacas	<input type="checkbox"/>															
Colchas	<input type="checkbox"/>															
Cubrecamas	<input type="checkbox"/>															
Mantiles	<input type="checkbox"/>															
Bufandas	<input type="checkbox"/>															
Bolsos	<input type="checkbox"/>															
Tela de manta	<input type="checkbox"/>															
Otro _____	<input type="checkbox"/>															
3. ¿Cuál es el lugar de procedencia de los clientes?																
_____																



4. Mayoritariamente ¿cuál es el género de sus clientes?	
<input type="checkbox"/> Hombre <input type="checkbox"/> Mujer <input type="checkbox"/> Por igual	
5. Mayoritariamente ¿cuál es la edad de sus clientes?	
<input type="checkbox"/> Menor de 35 años <input type="checkbox"/> Entre 35 y 60 años <input type="checkbox"/> Mayor de 60 años	
6. ¿En qué lugar o por qué medio se generan más ventas?	
<input type="checkbox"/> En la tienda propia o establecimiento <input type="checkbox"/> Vendedores ambulantes <input type="checkbox"/> Pedidos que se entregan al cliente <input type="checkbox"/> Otro _____	
7. ¿Con que finalidad compra el cliente sus productos?	
Objeto útil	<input type="checkbox"/>
Elemento decorativo	<input type="checkbox"/>
Artículo de regalo	<input type="checkbox"/>
Suvenir o recuerdo	<input type="checkbox"/>
Suvenir o recuerdo	<input type="checkbox"/>
Otro motivo	<input type="checkbox"/> _____
8. ¿Por qué compra el cliente sus productos?	
Marque solo las 3 opciones más relevantes	
Precio	<input type="checkbox"/>
Diseño	<input type="checkbox"/>
Creatividad	<input type="checkbox"/>
Calidad	<input type="checkbox"/>
Singularidad / exclusividad	<input type="checkbox"/>
Diferenciación	<input type="checkbox"/>
Conveniencia (adaptado a las necesidades del cliente)	<input type="checkbox"/>
Otro motivo	<input type="checkbox"/> _____

9. ¿En qué época se venden más sus productos?					
	1er trimestre (enero – marzo)	2do trimestre (abril – junio)	3er trimestre (julio – septiembre)	4to trimestre (octubre – diciembre)	Todo el año
Hamacas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Colchas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cubrecamas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manteles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bufandas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bolsos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tela de manta	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. ¿Cuáles son los principales medios que utiliza para promocionar sus productos?	
Marque solo las 3 opciones más relevantes	
Boca a boca	<input type="checkbox"/>
Contacto directo	<input type="checkbox"/>
Folletos y material promocional	<input type="checkbox"/>
Ferias comerciales y eventos	<input type="checkbox"/>
Punto de venta propio	<input type="checkbox"/>
A través de asociaciones	<input type="checkbox"/>
Otro medio	<input type="checkbox"/> _____

11. ¿A qué precio vende los productos textiles artesanales?								
	Medida	Precio	Medida	Precio	Medida	Precio	Medida	Precio
Hamacas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Colchas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Cubrecamas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Manteles	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Bufandas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Bolsos	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

Tela de manta	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Otro _____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

**12. ¿Por qué medio se abastece de productos textiles artesanales?**

	En el local	A domicilio
Fabricante	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intermediario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otro _____		

**13. ¿Con qué frecuencia adquiere sus productos textiles artesanales?**

☐ Cada semana  
☐ 2 veces al mes  
☐ Cada mes  
☐ Cada dos meses  
☐ Cada trimestre  
☐ Cada 6 meses  
☐ Otro \_\_\_\_\_

**14. ¿Qué cantidad de productos textiles artesanales compra por pedido?**

	Medida	Cant.	Medida	Cant.	Medida	Cant.	Medida	Cant.
Hamacas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Colchas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Cubrecamas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Manteles	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Bufandas	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Bolsos	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Tela de manta	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____
Otro _____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____	_____

**15. ¿Cuál es el lugar de procedencia de los productos textiles artesanales que vende?**

## Anexo 7 Cantidad de compra productos por pedido

Cantidad de compra productos por pedido (Unidades)								
Nombre del Negocio	Hamaca	Colchas	Cubreca mas	Mantele s	Bufandas	Bolsos	Tela de manta	Otro
Bazart Sujeidy	24	24	24	6	12			
Bazart Keni								
Karla y Cris Suvenir	6	12	12	12	12	12	40 - 50	
Bazart y Artesanías Laurita	6	3	3	3	2			
Chapia	6	6	6	24				
Sin Nombre	6	6	6	6				
Suvenir Silvia						6		
Calle 2	12	12	12	12		12	12	
Israelita	6	6	6	6	6	6	6	6
Póngale Nombre	10	6				24		
Panchimalco	2							
El Milagro	6		12	12	12	12	12	
Suvenir Marlir	24	24	24	24	24	24	24	
Valeria	3					3		
Atlacat	3			9				
Variedades sin Nombre	36	48		48		24		
Artesanías el Milagro	12			12		6		
Variedades Lucy	6							
Variedades Gladis	12	12		12		12		
Suvenir Elizabeth	12	12	12	12	12	12	12	
Variedades Raquel	12	12	12	24	12	12		
Artesanías Huellas y Cuero	84	54	54	54	54	54	54	
Artesanías Xiomara	6							
Artesanías Pérez	10			12				
Artesanías Calleja	12	12		12	12			
El Mago de Oz	36	5		3	12			
El mundo de las Hamacas	12	12		6	12	3		
El Cipitín	48	36		12				

## Anexo 8 Determinación de los pronósticos de producción periodo 1-5 años de funcionamiento.

Para la determinación de estos cálculos se hace necesario:

- Total, de horas disponibles para producción trimestral (producción trimestral al 100% para cualquier producto):

$$\begin{aligned} \text{Total horas trimestre} \\ &= \text{días trimestre} * \text{horas laborales diarias} \\ &\quad * \text{número de telares disponibles} \end{aligned}$$

- Capacidad de Producción Trimestral:

$$\text{Capacidad de producción trimestral} = \frac{\text{total horas trimestre}}{\text{tiempos de producción unidad}}$$

Así como también se hace necesarios datos obtenidos sobre la demanda de los productos textiles artesanales en la etapa de diagnóstico específicamente en la pregunta 11 de cuestionario realizado a consumidores de textiles artesanales, donde se consultaba época del año en la cual adquirirían este tipo de productos cuyos datos son:

Productos	Porcentaje de adquisición primer trimestre	Porcentaje de adquisición segundo trimestre	Porcentaje de adquisición tercer trimestre	Porcentaje de adquisición cuarto trimestre
<b>Hamaca</b>	51,61%	46,15%	100,00%	20,00%
<b>Colchas</b>	32,26%	34,62%	0,00%	40,00%
<b>Mantel</b>	8,06%	9,62%	0,00%	20,00%
<b>Individual</b>	8,06%	9,62%	0,00%	20,00%
	100%	100%	100%	100%

Tabla 361 Porcentaje de adquisición trimestral de productos textiles artesanales. Fuente: elaboración propia a partir de datos obtenidos en etapa de diagnóstico.

La determinación de producción trimestral para cada producto se obtiene de la siguiente manera:

$$\text{Producción trimestral} = \text{Capacidad de producción trimestral} * \% \text{ de adquisición}$$

Luego para la determinación del pronóstico de producción anual se hace uso de la inactividad por montaje y preparación de telares determinada por medio de observación y toma de tiempos de producción en talleres artesanales textiles de San Sebastián además se hace uso de la inactividad por fatiga y suplementos la cual se estableció con un valor del 12% para todos los productos.

Productos	Porcentaje de inactividad por montaje y preparación de telares	Inactividad fatiga, suplemento
Hamaca	10,00%	12,00%
Mantel	6,00%	12,00%
Individual	4,00%	12,00%
Colcha	5,00%	12,00%

Tabla 362 Porcentajes de inactividad de producción por montaje y fatiga. Fuente: elaboración propia a partir de toma de tiempos de producción realizada en talleres de San Sebastián.

Con los datos anteriores se determina el pronóstico de producción anual de la siguiente manera:

$$\begin{aligned} &\text{Pronostico de producción anual} \\ &= (\text{Suma de producciones trimestrales}) * (1 \\ &\quad - (\text{Inactividad montaje y preparación} \\ &\quad + \text{Inactividad fatiga, suplemento})) \end{aligned}$$

Nota: todo lo anterior se realiza para los diferentes productos en estudio en los cuatros trimestres al año y para los diferentes años en estudio.

## **Anexo 9 Determinación de UBPP**

Las UBPP se obtienen a partir de los datos de producción presentados en tabla 17 INVENTARIO, PRODUCCIÓN Y VENTAS presentada en pág. 75 procediendo de la siguiente manera:

$$UBPP = \frac{Producción}{(1 - porcentaje\ de\ desperdicio)}$$

Donde el porcentaje de desperdicio para todos los productos y en todos los años en estudio se considera 0.00.

### **Determinación de cantidad de Hilo a utilizar para producción de UBPP por año en los diferentes productos:**

Para determinar la cantidad de hilo a utilizar por año en los diferentes productos se hace necesario el uso de las UBPP y de la cantidad de hilo utilizado por unidad producida, procediendo de la siguiente manera:

$$Cantidad\ requerida\ de\ hilo = UBPP * cantidad\ de\ hilo\ utilizado\ unidad.$$

### **Determinación de propuesta para plan de producción trimestral primer año de funcionamiento:**

La obtención de datos de la propuesta para producción trimestral de UBPP por productos 1º año se determinó de la siguiente manera:

- Cantidad a producir esta se determina a partir de dato obtenido en Anexo 8 de capacidad de producción trimestral.

$$\begin{aligned}
& \text{Cantidad a producir \% sin desperdicio} \\
& = \left( (\text{capacidad de producción trimestral} \right. \\
& \quad * \% \text{ de adquisición trimestral}) \\
& \quad * (1 \\
& \quad - (\text{Inactividad montaje y preparación} \\
& \quad + \text{Inactividad fatiga, suplemento})) \left. \right)
\end{aligned}$$

Luego el dato obtenido dividirlo entre el porcentaje de desperdicio y sumarle la cantidad requerida a producir para inventario del trimestre:

$$\text{Cantidad a producir} = \left( \frac{\text{Cantidad a producir \% sin desperdicio}}{1 - \% \text{ desperdicio}} \right) + \left( \frac{\text{inventario}}{4} \right)$$

Dónde: 4 es el número de trimestre al año.

- Las horas de producción requeridas se determinan de la siguiente manera:

$$\text{Horas de producción requeridas} = \frac{\text{cantidad a producir}}{\text{tiempo de producción unidad}}$$

- El número de telares se obtiene con el total de horas reales disponibles por telar trimestralmente para año 1 de funcionamiento cuyos datos se presentan a continuación:

Producto	Horas reales disponibles por telar trimestralmente
Hamaca	237,12
Mantel	249,28
Individual	255,36
Colcha	252,32

Tabla 363 Horas reales disponibles por telar trimestralmente. Fuente: Elaboración propia.

$$\text{Número de telares} = \frac{\text{Horas de producción requeridas}}{\text{Horas reales disponibles por telar trimestralmente}}$$



## Anexo 10 Tarifas de salarios mínimos

### MINISTERIO DE TRABAJO Y PREVISIÓN SOCIAL

#### TARIFAS DE SALARIOS MÍNIMOS VIGENTES A PARTIR DEL 1º DE ENERO DE 2018.

RAMA DE ACTIVIDAD Y SUBGRUPOS	UNIDAD DE PAGO	MONTO
<b>Tarifa de Salarios Mínimos</b>		
Dto. Ejecutivo No. 5 D.O. 240, Tomo 417 del 22 de diciembre de 2017 Recolección de Caña y Beneficios de Café		
<b>Recolección de Caña de azúcar</b> (*) $\$7.47 \times 365 = \$2,726.55 \div 12 = \$227.22$ mensual.	Por día	\$ 7.47
	Por hora	\$ 0.934
	(*) Por mes	\$ 227.22
	Por tonelada	\$ 3.74
<b>Beneficio de café</b> (*) $\$7.47 \times 365 = \$2,726.55 \div 12 = \$227.22$ mensual.	Por día	\$ 7.47
	Por hora	\$ 0.934
	(*) Por mes	\$ 227.22
Dto. Ejecutivo No. 6 D.O. 240, Tomo 417 del 22 de diciembre de 2017 Comercio y Servicio/ Industria/ Ingenio Azucarero.		
<b>Comercio y Servicio</b> (*) $\$10.00 \times 365 = \$3,650.00 \div 12 = \$304.17$ mensual.	Por día	\$ 10.00
	Por hora	\$ 1.25
	(*) Por mes	\$ 304.17
	Por tonelada	\$ 3.74
<b>Industria.</b> (*) $\$10.00 \times 365 = \$3,650.00 \div 12 = \$304.17$ mensual.	Por día	\$ 10.00
	Por hora	\$ 1.25
	(*) Por mes	\$ 304.17
	Por tonelada	\$ 3.74
<b>Ingenio azucarero</b> (*) $\$10.00 \times 365 = \$3,650.00 \div 12 = \$304.17$ mensual.	Por día	\$ 10.00
	Por hora	\$ 1.25
	(*) Por mes	\$ 304.17
	Por tonelada	\$ 3.74
Dto. Ejecutivo No. 7 D.O. 240, Tomo 417 del 22 de diciembre de 2017 Trabajadores Agropecuarios, Recolección de Café y Algodón, y Beneficio de Algodón		
<b>Trabajadores Agropecuarios</b> (*) $\$6.67 \times 365 = \$2,434.55 \div 12 = \$202.88$ mensual	Por día	\$ 6.67
	Por hora	\$ 0.834
	(*) Por mes	\$ 202.88
	Por arroba	\$ 1.334
<b>Recolección de Café</b> (*) $\$6.67 \times 365 = \$2,434.55 \div 12 = \$202.88$ mensual	Por día	\$ 6.67
	Por hora	\$ 0.834
	(*) Por mes	\$ 202.88
	Por arroba	\$ 1.334
<b>Recolección de Algodón</b> (*) $\$6.67 \times 365 = \$2,434.55 \div 12 = \$202.88$ mensual	Por día	\$ 6.67
	Por hora	\$ 0.834
	(*) Por mes	\$ 202.88
	Por libra	\$ 0.067
<b>Beneficio de Algodón</b> (*) $\$6.67 \times 365 = \$2,434.55 \div 12 = \$202.88$ mensual	Por día	\$ 6.67
	Por hora	\$ 0.834
	(*) Por mes	\$ 202.88
	Por libra	\$ 0.067
Dto. Ejecutivo No. 8 D.O. 240, Tomo 417 del 22 de diciembre de 2017 Maquila Textil y Confección		
<b>Maquila Textil y Confección</b> (*) $\$9.84 \times 365 = \$3,591.60 \div 12 = \$299.30$ mensual	Por día	\$ 9.84
	Por hora	\$ 1.23
	(*) Por mes	\$ 299.30
	Por libra	\$ 0.067

FUENTE: CONSEJO NACIONAL DE SALARIO MINIMO

(\*) Salario mensual por regla aritmética según Decreto correspondiente.

Ilustración 42 Salario mínimo por sector.

## Anexo 11 Cotizaciones

"49A AVENIDA NORTE O BLVD. DE LOS HÉROES S/N ESQUINA AVENIDA ALAMEDA COLONIA LAS TERRAZAS

**Office DEPOT.**

*Cuida Tu Negocio*

OD El Salvador Limitada de Capital Variable

TEL: 22604111, FAX:22604122

FAX:

NIT 0614-071107-103-0

www.officedepot.com.sv

### COTIZACION

Nº Cliente: 2028

**Cliente** COTIZACION OFFICE DEPOT

**Cotización 422572**

Contacto OFFICE DEPOT

Dirección E/49 Y 51 AVENIDA NORTE COLONIA LAS TERRAZAS AV

SAN SALVADOR

Teléfono:50322604111

SAN SALVADOR

Fecha:22/01/2019

06015

Email karla\_romero1992@hotmail.com

Vendedor

Operador BAYRON PEREZ,G125

Teléfono para Confirmar Fax: 50322604111

FAX Cliente:

0001 de 0001

No. Art. Cliente	SKU	Descripcion del Producto	Unidad	Cantidad	Precio	Total
	885	MARCADOR MAGISTRAL DIDACT.C/4 MARCADOR PARA PIZARRON BLANCO BASE ALCOHOL DE ALTA INTENSIDAD FACIL DE BORRAR	E/4	1	5.90	5.90
	5068	PAPEL PREMIUM OD T/C RESMA 75G PAPEL OFFICE DEPOT TAMANO CARTA PAPEL PARA COPIADORA TAMAÑO CARTA * 75 GR.S. / M2 * BLANQUEZA 91.5% * PARA FOTOCOPIADO DE ALTA VEL. * CAJA CON 5000 HOJAS EMPACADAS EN 10 PAQUETES CON 500 HOJAS * BLANCO EXTRA LUMINOSO	RM	1	3.70	3.70
	1302	BORRADOR P/PIZARRON DE VINCI BORRADOR VINCI PARA PIZARRON	PZA	1	1.10	1.10

DIEZ CON 70/100

Comentarios

OPERADOR: BAYRON PEREZ

Sub-Total.....10.70

I.V.A. ....0.00

Total.....10.70

E=Exento de Impuestos

PAGO EN UNA SOLA EXHIBICIÓN

PRECIOS SUJETOS A CAMBIO SIN PREVIO AVISO

NUESTROS PRECIOS INCLUYEN I.V.A.



Calle 5 de Noviembre y 20 avenida N° 1104  
San Salvador TEL.2235-6617, 2529-4933.  
Correo: [industria.redisa@hotmail.com](mailto:industria.redisa@hotmail.com)


**ATENCION:** [Karla María Romero Vaquerano.](#)

**FECHA:** [San salvador, martes 29 de enero de 2019.](#)


**CLIENTE:** [Karla María Romero Vaquerano.](#)

**FORMA DE PAGO:** [50% de anticipo y el restante 50% contra entrega.](#)

**FECHA DE ENTREGA:**

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
15-	<p>Pupitres unipersonales grandes (tradicionales).</p> <p>Fabricados con estructura de tubo industrial de 1" y parrilla porta libros de varilla de ¾ original. Cubierta de plywood de ¾ forrada con laminado de formica color madera. Asiento y respaldo de plywood de 3/8 forrados con laminado de formica color madera. Pintura de estructura en esmalte industrial horneable color café.</p> 	\$29.00	\$435.00

Activar V  
Ve a Config

2-	<p><b>Estante metálico de 5 anaqueles</b></p> <p>Medidas: 1.80mts de alto X 0.90mts de ancho X 0.40 de fondo</p>	\$85.00	\$170.00
1-	<p><b>Archiveros metálicos de 4 gavetas.</b></p> <p><i>Fabricados con lamina de 1/32, chapa con cierre simultaneo para todas las gavetas, pintura en esmalte industrial horneable en color negro, gavetas con marcos para carpetas tamaño oficio.</i></p> <p>Medidas. 132.5 de alto X 0.69 de fondo X 0.46 de frente.</p> 	\$145.00	\$145.00
		<b>SUMA</b>	
		<b>13% IVA</b>	
		<b>TOTAL</b>	

Activar



Calle 5 de Noviembre y 20 avenida N° 1104  
 San Salvador TEL.2235-6617, 2529-4933.  
 Correo: [industria.redisa@hotmail.com](mailto:industria.redisa@hotmail.com)

CANT.	DESCRIPCION	PRECIO UNITARIO	TOTAL
2-	Escritorios catedra. 	\$115.00	\$230.00  Activar Ve a Confi

1-	<b>Vitrina</b> Medidas: 1.10mts X 0.60mts de 3 niveles	\$175.00	\$175.00
		<b>SUMA</b>	\$1,155.00
		<b>13% IVA</b>	
		<b>TOTAL</b>	\$1,155.00

NOTA: ESTOS PRECIOS NO INCLUYEN IVA, GARANTIA DE UN AÑO POR CUALQUIER DESPERFECTO.

\_\_\_\_\_  
**APROBADO.**

\_\_\_\_\_  
**POR REDISA.**

Activar  
Ve a Confi

## Anexo 12 Propuestas de Estatutos

# PROPUESTA DE ESTATUTOS DE ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNAL ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE

## CAPITULO I

### NATURALEZA, DENOMINACIÓN Y DOMICILIO

#### Art. 1

La Asociación que se constituye, la cual en el curso de estos estatutos será llamada "Asociación".

Estará regulada por el Código Municipal, la ordenanza Reguladora de las Asociaciones Comunes de la Ciudad de San Sebastián, por estos y demás estatutos y demás disposiciones aplicables.

La Asociación se denomina **ASOCIACIÓN DE DESARROLLO COMUNAL ESCUELA TALLER ARTESANAL DE TELARES EN SAN SEBASTIÁN, SAN VICENTE**, que se abrevia **ADESCOETA**, la cual en adelante se denominará "LA ASOCIACIÓN" y tendrá como domicilio legal el Municipio de San Sebastián, Departamento de San Vicente y desarrollará sus actividades en la zona geográfica de su ubicación.

#### Art. 2

Esta asociación es de naturaleza apolítica, no lucrativa, de carácter democrático y no religiosa.

## **CAPITULO II**

### **FINES**

#### **Art.3**

La Asociación tendrá como fines:

- a) Promover el progreso de la respectiva localidad conjuntamente con los organismos públicos y privados, nacionales e internacionales que participen en la creación de la Escuela Taller Artesanal de Telares.
- b) Fomentar la práctica del oficio de artesano textil entre la población con edades de 16-35 años, Residentes del Municipio de San Sebastián, con el fin de rescatar el patrimonio del Municipio, a través de la capacitación al segmento de población seleccionada.
- c) Incrementar la participación de Jóvenes en el oficio artesano textil, con el fin de crear un relevo generacional y poder preservar la práctica del oficio en el Municipio
- d) Coordinar y cooperar con los artesanos textiles en el desarrollo del oficio, generando la reactivación económica del sector.
- e) Promover y mejorar las condiciones de trabajo del oficio que propicie el surgimiento de nuevos talleres y aumento en la producción de los productos textiles artesanales.

## **CAPITULO III**

### **DE LOS ASOCIADOS DERECHOS Y DEBERES**

#### **Art. 4**

Los Asociados podrán ser:

- a) Fundadores
- b) Activos
- c) Honorarios



Son **Asociados Fundadores**, todas las personas que afirmaron de Acta de Constitución de la Asociación, son **Socios Activos** todas las personas que obtengan su ingreso a la misma conforme lo establecido en los estatutos; son **Asociados Honorarios**, aquellas personas naturales o jurídicas que realizan una destacada labor dentro de la comunidad o dando ayuda significativa a la Asociación y que la Asamblea General les conceda tal calidad a propuestas de la Junta Directiva.

Los requisitos para ser asociados: Ser mayor de 16 años, residente en la localidad, no tener antecedentes penales, ser artesano, dueño de taller, estudiante de la escuela taller o comerciante local de artesanías típicas del municipio, y admitido por acuerdo de la Junta Directiva previa solicitud del interesado.

#### **Art. 5**

Son Derechos de los Asociados:

- a) Participar con voz y voto en las Asambleas Generales
- b) Presentar mociones y sugerencias a la Asamblea General
- c) Retirarse voluntariamente de la asociación
- d) Elegir y ser electo para cargo de la Junta Directiva
- e) Gozar de los servicios y privilegios que realice u otorgue la Asociación.
- f) Contar con un representante de la Alcaldía Municipal, que regule y vigile las acciones por parte de la Asamblea General de la ADESCO de la Escuela Taller
- g) Gestionar fondos y donaciones por entidades no gubernamentales que contribuyan al desarrollo de la escuela taller.

#### **Art. 6 - Son deberes de los Asociados**

- a) Cooperar con todos los medios promocionales posibles al incremento del número de miembros de la Asociación.

- b) Asistir con puntualidad a las sesiones de Asamblea General previa convocatoria en legal forma.
- c) Desempeñar a cabalidad todas las comisiones y cargos que se encomienden
- d) Cumplir estos Estatutos y obedecer las disposiciones de la Asamblea general y Junta Directiva, siempre que estén relacionados con los fines de la Asociación.

## **CAPITULO IV**

### **DE LA COMPETENCIA DE LA MUNICIPALIDAD DE SAN SEBASTIÁN**

#### **Art. 7-Son competencias de la alcaldía**

- a) Vigilar que los fondos se utilicen para lo asignado
- b) Realizar auditorías semestralmente en la Escuela Taller, sobre la utilización de fondos
- c) Conocer de las observaciones y recomendaciones hechas por la Asociación Comunal a través de los diferentes espacios de participación ciudadana que cree y regule la Municipalidad de San Sebastián;
- d) Promover y facilitar la incorporación de los artesanos, dueños de talleres, estudiantes de la escuela taller en la Asociación comunal y su participación organizada a través de la misma.
- e) Crear las condiciones en las delegaciones Distritales Municipales para asesorar a la Asociación Comunal, proporcionándoles respuestas prontas y oportunas;
- f) Facilitar y propiciar a través de la asociación comunal la participación ciudadana y el apoyo en los planes de desarrollo local en el oficio artesano textil.
- g) Intervenir a través de los funcionario(a)s y empleado(a)s municipales designado(a)s, en las actividades que desarrolle la Asociación Comunal de la Escuela Taller, velando siempre por que las mismas estén acordes con las

disposiciones establecidas por esta Ordenanza y los Estatutos de la Asociación.

- h) Rendir informe de sus actuaciones a las Asociación Comunal en lo referente a materia financiera, de participación ciudadana, y otros.
- i) Velar porque las Asociación Comunal cumplan con las regulaciones contenidas en los estatutos.

## **CAPITULO V**

### **DEL GOBIERNO DE LA ASOCIACIÓN**

#### **Art. 8**

El Gobierno de la asociación será ejercido por una Asamblea General y una Junta Directiva.

## **CAPITULO VI**

### **DE LA ASAMBLEA GENERAL**

#### **Art. 9**

La Asamblea General será la máxima autoridad de la Asociación y estará integrada por la totalidad de los asociados.

#### **Art. 10**

La Asamblea General se reunirá ordinariamente una vez al año por lo menos y extraordinariamente cuando se considere necesario. Sera convocada por una Junta Directiva. La convocatoria podrá ser verbal, escrita o por medios públicos o colectivos.

#### **Art 11**

La convocatoria a la Asamblea General Extraordinaria se hará por lo menos con tres días de anticipación a la fecha de su realización.

#### **Art. 12**

La asamblea General hará quórum con la asistencia de la mitad más uno de los miembros de la Asociación y las decisiones se tomarán por el voto de la mayoría de los asistentes sino hubiera quórum se hará una nueva convocatoria y la instalará la Asamblea General con el número de asistencia, siempre que no sea inferior a un tercio de los integrantes de la misma.

#### **Art. 13**

Son atribuciones de la Asamblea general:

- a) Aprobar, reformar o derogar los estatutos y reglamentos de la Asociación.
- b) Elegir a los miembros de la Junta Directiva y destituirlos por causa justificada.
- c) Aprobar el presupuesto anual de la asociación.
- d) Aprobar la memoria de labores de la asociación, los informes de Tesorería y los demás que le presenta la Junta Directiva.
- e) Acordar disolución de la Asociación.
- f) Resolver todo lo no previsto en los presentes estatutos y otras disposiciones que emite la asociación.

### **CAPITULO VII**

#### **DE LA JUNTA DIRECTIVA**

#### **Art. 14**

La junta directiva de la asociación estará formada por:

1. Un presidente

2. Un vicepresidente
3. Un secretario
4. Un Pro-Secretario
5. Un tesorero
6. Un Pro-Tesorero
7. Un Sindico
8. Cinco Vocales

#### **Art. 15**

Los Miembros de la Junta Directiva serán elegidos en la sesión ordinaria de Asamblea General del mes de enero del año correspondiente para un periodo de dos años de la fecha de su nombramiento pudiendo ser electos en sus cargos, si la mayoría de socios así lo quisieran.

#### **Art. 16**

La junta directiva sesionará Ordinariamente una vez cada quince días y extraordinariamente cuando se considere conveniente; la convocatoria a las sesiones ordinarias de la Junta Directiva se hará con tres días de anticipación y para las sesiones extraordinarias con dos días por lo menos.

#### **Art.17**

El Quórum para celebrar sesión de Junta Directiva será la asistencia de por lo menos la mitad más uno de sus miembros y para tomar resoluciones el voto favorable de la mayoría de los miembros Directivos presentes, en caso de empate el Presidente tendrá doble voto.

#### **Art. 18**

La Junta Directiva tendrá las siguientes atribuciones:

- a) Administrar el patrimonio de la asociación

- b) Velar por el cumplimiento de los estatutos, soluciones de la Asamblea General.
- c) Elaborar la memoria anual de labores y someterla a consideración de la Asamblea General
- d) Elaborar el presupuesto anual de la Asociación y someterlo a consideración de la asamblea General.
- e) Velar por que los socios cumplan con sus obligaciones para con la Asociación
- f) Señalar las fechas de celebración de las sesiones ordinarias y extraordinarias de la Asamblea General; convocar a los socios y elaborar la agenda de la misma.
- g) Conocer las solicitudes de ingreso de los asociados y presentarlas a consideración de la Asamblea General.
- h) Conocer las solicitudes y reclamos de los asociados de acuerdo a las disposiciones de los estatutos y reglamentos de la asociación.
- i) Autorizar al presidente para que celebre toda clase de contratos y proyectos de la Asociación, especialmente los aprobados por la Asamblea general.
- j) Elaborar proyectos de reglamento de la Asociación, así como los proyectos de reforma a los estatutos y reglamentos.
- k) Aprobar los programas de trabajo a desarrollar por la asociación.
- l) Organizar seminarios, cursillos y otros eventos relacionados con los fines de la asociación.
- m) Resolver todos los asuntos que no sean de la competencia de la Asamblea General.

## **Art 19**

Para ser miembro de la Junta Directiva se requiere:

- a) Ser mayor de 18 años

- b) Ser residente del municipio de San Sebastián.
- c) Competencia notoria para el desempeño del cargo
- d) Observar buena conducta
- e) Estar solvente con la Asociación
- f) Ser artesano, alumno de la escuela taller, dueño de un taller existente o comerciante local artesanías textiles.

#### **Art. 20**

Los miembros de Junta Directiva podrán ser destituidos de sus cargos por las causas siguientes:

- a) Inmoralidad comprobada
- b) Incumplimiento de los estatutos reglamentos y otras disposiciones importantes de la asociación
- c) Por apartarse de los fines de la asociación
- d) Cuando a juicio de la Asamblea General sea necesario

#### **Art. 21**

Cualquier miembro de la Junta Directiva de la asociación podrá reelegirse por un periodo más.

### **Capítulo VIII**

#### **DE LAS ATRIBUCIONES DE LOS MIEMBROS DE A JUNTA DIRECTIVA**

#### **Art. 22**

Son atribuciones del Presidente:

- a) Presidir las sesiones de la Junta Directiva y de la Asamblea General
- b) Convocar a los asociados a sesiones de la Asamblea y a los miembros de Junta Directiva
- c) Representar judicialmente y extrajudicialmente a la asociación

- d) Velar por el cumplimiento de los acuerdos de la Junta Directiva, de la Asamblea General y de los estatutos de la Asociación.
- e) Firmar con el Tesorero los cheques y documentos de gastos de la Asociación debidamente aprobados.
- f) Los demás que le encomiende la Junta Directiva.

#### **Art. 23**

Son atribuciones del Vicepresidente:

- a) Colaborar con el presidente en el desempeño de sus funciones
- b) Sustituir al presidente en el así de ausencia o impedimento de este
- c) Debe desempeñar las comisiones que el presidente designe
- d) Las demás que le asigne estos estatutos y otras disposiciones que invita la asociación.

#### **Art. 24**

Son atribuciones del secretario:

- a) Llevar el libro de actas de las sesiones de la Asamblea General y de la Junta Directiva
- b) Extender las credenciales y certificaciones de la Asociación que sean necesarias
- c) Llevar el archivo de la Asociación
- d) Enviar a los asociados las convocatorias a sesiones de Asamblea y Junta Directiva
- e) Llevar los registros de los asociados
- f) Recibir y despachar la correspondencia de la Asociación
- g) Las demás que por razones de su cargo le competen.

#### **Art. 25**

Son atribuciones del Pro-Secretario:



- a) Colaborar con el secretario en caso de ausencia o impedimento de este
- b) Sustituir al secretario en caso de ausencia en el desempeño de sus funciones
- c) Las demás que asigne estos estatutos y otras disposiciones que imita la asociación

#### **Art. 26**

Son atribuciones del Tesorero:

- a) Recibir y guardar los fondos de la asociación en la institución que la Junta Directiva señale.
- b) Firmar con el presidente los cheques y documentos de gastos de la asociación debidamente aprobados.
- c) Elaborar el anteproyecto de presupuesto anual de la asociación y presentarlo a la Junta Directiva.
- d) Llevar los libros de contabilidad que fueren necesarios
- e) Presentar mensualmente a la Junta Directiva un informe de los ingresos de la Asociación
- f) Presentar balance de la situación de la Asociación
- g) Recopilar los comprobantes de gastos efectuados por la Asociación y representación a la Junta Directiva las veces que esta lo requiera.
- h) Las demás que por razones de su cargo les corresponda.

#### **Art. 27**

Son atribuciones del Pro tesorero:

- a) Sustituir al tesorero en caso de ausencia o impedimento de éste.
- b) Colaborar con el tesorero en el desempeño de sus funciones
- c) Desempeñar las comisiones que se le asigne
- d) Las demás que por razones de su cargo le correspondan

**Art. 28**

Son atribuciones del Síndico

- a) Velar especialmente por el cumplimiento de las resoluciones de la Junta Directiva y de la Asamblea General de los Estatutos y reglamentos de la asociación
- b) Colaborar en la elaboración de reformas a los estatutos y reglamentos de la asociación
- c) Las demás que le señalen la asamblea General y la Junta Directiva
- d) Donaciones o financiamientos que se obtengan

**Art. 29**

Son atribuciones de los Vocales:

- a) Sustituir y colaborar con los demás miembros de la Junta Directiva
- b) Desempeñar las comisiones que les asigne la asamblea general y la Junta Directiva
- c) Las demás que les señalen los estatutos y los reglamentos de la asociación

**CAPITULO IX****DEL PATRIMONIO DE LA ASOCIACIÓN****Art. 30**

El patrimonio de la Asociación estará constituido por:

- a) Las contribuciones económicas de la Alcaldía Municipal de San Sebastián
- b) Las subvenciones y los aportes extraordinarios que provengan de diversas fuentes
- c) Los ingresos provenientes de cualquier actividad realizada por la Asociación
- d) Bienes muebles e inmuebles que se adquieran

**Art. 31**

Los fondos de la Asociación serán depositados en una institución financiera, para lo cual se abrirá una cuenta a nombre de la asociación que será manejada con las firmas del Tesorero y el Presidente de la asociación o quienes la Junta Directiva designe.

**CAPITULO X****DURACIÓN Y DISOLUCIÓN DE LA ASOCIACIÓN****Art. 32**

El tiempo de duración de la asociación es ilimitado, la asociación se disolverá por disposición de la ley, cuando los socios no lleguen por lo menos a veinticinco y por no poder cumplir con los objetivos para que ha sido creada y finalmente cuando así lo acuerde en sesión extraordinaria la Asamblea general convocada al efecto por lo menos con el voto favorable de las tres partes de los asociados.

**Art. 33**

Acordar la disolución de la Asociación y verificada la liquidación por la Junta Directiva el remanente de bienes, si los hubiera se donarán a una entidad legalmente constituida en el país, que tenga fines similares y que designe por asamblea General que acordara la disolución.

**CAPITULO XI****DISPOSICIONES GENERALES****Art. 34**

LA asociación llevará sus libros de registros de afiliados, de actas, financieros, todos foliados y sellados con una razón de apertura que contenga el objeto del libro y la

terminar la razón de cierre la cuál estará firmada y sellada por el Presidente y Secretario.

**Art. 35**

La Junta Directiva tiene la obligación de enviar al Consejo Municipal, en los primeros 15 días posteriores a la elección de la Junta Directiva, la nómina de quienes integran también informará en la forma expresada anteriormente de las sustituciones de miembros de Junta Directiva y de nuevos miembros de la Asociación.

**Art.36**

Los casos que no estén contemplados en estos estatutos serán resueltos en la Asamblea General y Junta Directiva en su caso

**Art. 37**

Los presentes estatutos entrarán en vigencia desde el día de su publicación en el Diario Oficial

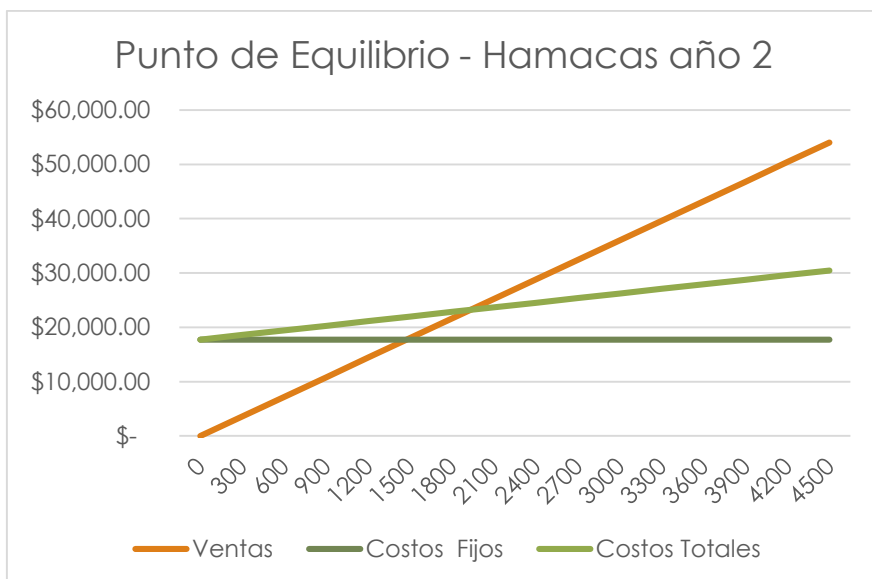
### Anexo 13 Punto de Equilibrio

Puntos de Equilibrio para: Hamaca, Mantel, Individual y Colcha en el periodo de años 2-5:

Hamacas:

Cantidad	Año 2				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$17,741.89	\$17,741.89	- \$17,741.89
300	\$3,600.00	\$848.32	\$17,741.89	\$18,590.21	- \$14,990.21
600	\$7,200.00	\$1,696.64	\$17,741.89	\$19,438.53	- \$12,238.53
900	\$10,800.00	\$2,544.96	\$17,741.89	\$20,286.86	-\$9,486.86
1200	\$14,400.00	\$3,393.29	\$17,741.89	\$21,135.18	-\$6,735.18
1500	\$18,000.00	\$4,241.61	\$17,741.89	\$21,983.50	-\$3,983.50
1800	\$21,600.00	\$5,089.93	\$17,741.89	\$22,831.82	-\$1,231.82
2100	\$25,200.00	\$5,938.25	\$17,741.89	\$23,680.14	\$1,519.86
2400	\$28,800.00	\$6,786.57	\$17,741.89	\$24,528.46	\$4,271.54
2700	\$32,400.00	\$7,634.89	\$17,741.89	\$25,376.78	\$7,023.22
3000	\$36,000.00	\$8,483.21	\$17,741.89	\$26,225.11	\$9,774.89
3300	\$39,600.00	\$9,331.53	\$17,741.89	\$27,073.43	\$12,526.57
3600	\$43,200.00	\$10,179.86	\$17,741.89	\$27,921.75	\$15,278.25
3900	\$46,800.00	\$11,028.18	\$17,741.89	\$28,770.07	\$18,029.93
4200	\$50,400.00	\$11,876.50	\$17,741.89	\$29,618.39	\$20,781.61
4500	\$54,000.00	\$12,724.82	\$17,741.89	\$30,466.71	\$23,533.29

Tabla 364 Punto de equilibrio Hamacas año 2

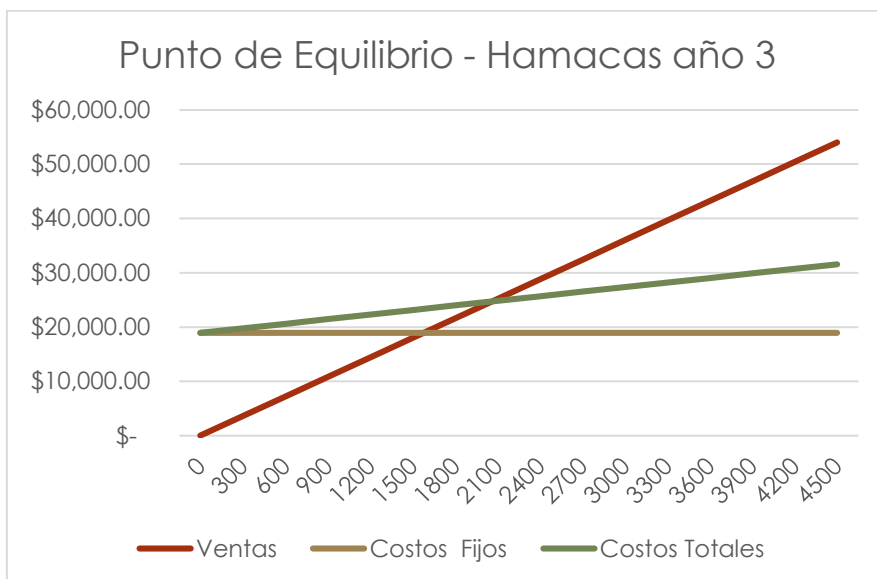


**Gráfica 127 Punto de equilibrio Hamacas año 2**

Cantidad	Año 3				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$18,917.05	\$18,917.05	- \$18,917.05
300	\$3,600.00	\$844.04	\$18,917.05	\$19,761.09	- \$16,161.09
600	\$7,200.00	\$1,688.08	\$18,917.05	\$20,605.13	- \$13,405.13
900	\$10,800.00	\$2,532.12	\$18,917.05	\$21,449.17	- \$10,649.17
1200	\$14,400.00	\$3,376.16	\$18,917.05	\$22,293.21	-\$7,893.21
1500	\$18,000.00	\$4,220.20	\$18,917.05	\$23,137.25	-\$5,137.25
1800	\$21,600.00	\$5,064.24	\$18,917.05	\$23,981.29	-\$2,381.29
2100	\$25,200.00	\$5,908.28	\$18,917.05	\$24,825.33	\$374.67
2400	\$28,800.00	\$6,752.32	\$18,917.05	\$25,669.38	\$3,130.62
2700	\$32,400.00	\$7,596.36	\$18,917.05	\$26,513.42	\$5,886.58
3000	\$36,000.00	\$8,440.40	\$18,917.05	\$27,357.46	\$8,642.54
3300	\$39,600.00	\$9,284.45	\$18,917.05	\$28,201.50	\$11,398.50

3600	\$43,200.00	\$10,128.49	\$18,917.05	\$29,045.54	\$14,154.46
3900	\$46,800.00	\$10,972.53	\$18,917.05	\$29,889.58	\$16,910.42
4200	\$50,400.00	\$11,816.57	\$18,917.05	\$30,733.62	\$19,666.38
4500	\$54,000.00	\$12,660.61	\$18,917.05	\$31,577.66	\$22,422.34

Tabla 365 Punto de equilibrio Hamacas año 3

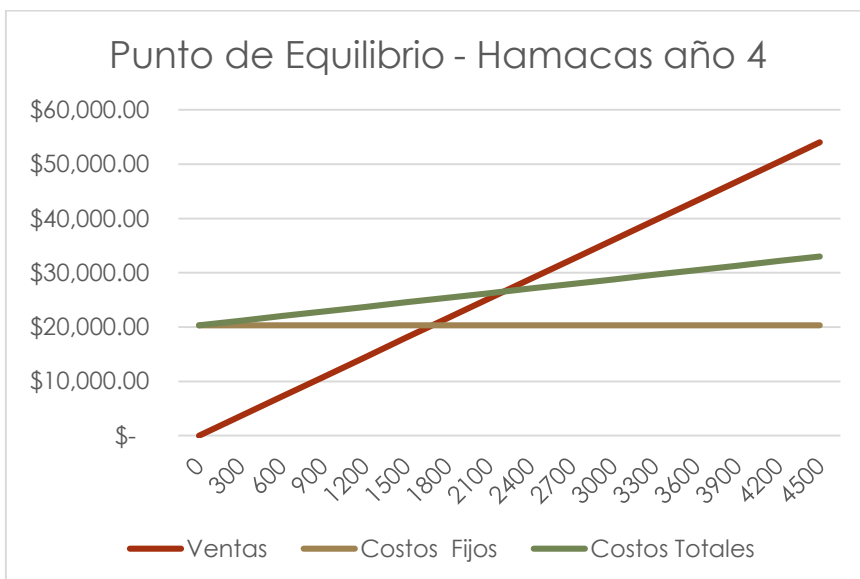


Gráfica 128 Punto de equilibrio Hamacas año 3

Cantidad	Año 4				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$20,325.11	\$20,325.11	- \$20,325.11
300	\$3,600.00	\$844.62	\$20,325.11	\$21,169.74	- \$17,569.74
600	\$7,200.00	\$1,689.25	\$20,325.11	\$22,014.36	- \$14,814.36
900	\$10,800.00	\$2,533.87	\$20,325.11	\$22,858.98	- \$12,058.98
1200	\$14,400.00	\$3,378.49	\$20,325.11	\$23,703.60	-\$9,303.60
1500	\$18,000.00	\$4,223.11	\$20,325.11	\$24,548.23	-\$6,548.23

1800	\$21,600.00	\$5,067.74	\$20,325.11	\$25,392.85	-\$3,792.85
2100	\$25,200.00	\$5,912.36	\$20,325.11	\$26,237.47	-\$1,037.47
2400	\$28,800.00	\$6,756.98	\$20,325.11	\$27,082.09	\$1,717.91
2700	\$32,400.00	\$7,601.60	\$20,325.11	\$27,926.72	\$4,473.28
3000	\$36,000.00	\$8,446.23	\$20,325.11	\$28,771.34	\$7,228.66
3300	\$39,600.00	\$9,290.85	\$20,325.11	\$29,615.96	\$9,984.04
3600	\$43,200.00	\$10,135.47	\$20,325.11	\$30,460.59	\$12,739.41
3900	\$46,800.00	\$10,980.09	\$20,325.11	\$31,305.21	\$15,494.79
4200	\$50,400.00	\$11,824.72	\$20,325.11	\$32,149.83	\$18,250.17
4500	\$54,000.00	\$12,669.34	\$20,325.11	\$32,994.45	\$21,005.55

Tabla 366 Punto de equilibrio Hamacas año 4



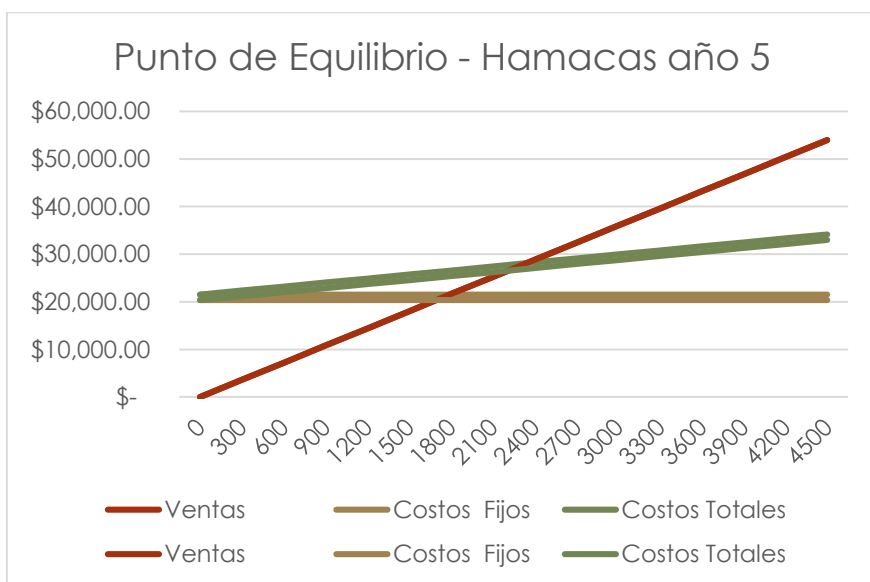
Gráfica 129 Punto de equilibrio Hamacas año 4

Cantidad	Año 5				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$21,522.61	\$21,522.61	- \$21,522.61
300	\$3,600.00	\$841.98	\$21,522.61	\$22,364.59	- \$18,764.59



600	\$7,200.00	\$1,683.96	\$21,522.61	\$23,206.57	- \$16,006.57
900	\$10,800.00	\$2,525.94	\$21,522.61	\$24,048.55	- \$13,248.55
1200	\$14,400.00	\$3,367.92	\$21,522.61	\$24,890.53	- \$10,490.53
1500	\$18,000.00	\$4,209.90	\$21,522.61	\$25,732.52	-\$7,732.52
1800	\$21,600.00	\$5,051.89	\$21,522.61	\$26,574.50	-\$4,974.50
2100	\$25,200.00	\$5,893.87	\$21,522.61	\$27,416.48	-\$2,216.48
2400	\$28,800.00	\$6,735.85	\$21,522.61	\$28,258.46	\$541.54
2700	\$32,400.00	\$7,577.83	\$21,522.61	\$29,100.44	\$3,299.56
3000	\$36,000.00	\$8,419.81	\$21,522.61	\$29,942.42	\$6,057.58
3300	\$39,600.00	\$9,261.79	\$21,522.61	\$30,784.40	\$8,815.60
3600	\$43,200.00	\$10,103.77	\$21,522.61	\$31,626.38	\$11,573.62
3900	\$46,800.00	\$10,945.75	\$21,522.61	\$32,468.36	\$14,331.64
4200	\$50,400.00	\$11,787.73	\$21,522.61	\$33,310.34	\$17,089.66
4500	\$54,000.00	\$12,629.71	\$21,522.61	\$34,152.32	\$19,847.68

Tabla 367 Punto de equilibrio Hamacas año 5

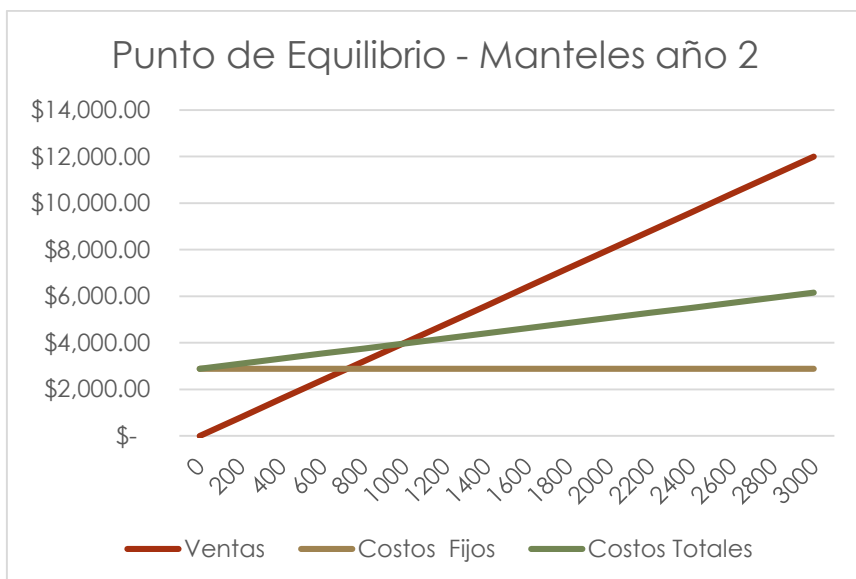


Gráfica 130 Punto de equilibrio Hamacas año 5

Mantel:

Cantidad	Año 2				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$2,885.20	\$2,885.20	-\$2,885.20
200	\$800.00	\$218.14	\$2,885.20	\$3,103.34	-\$2,303.34
400	\$1,600.00	\$436.28	\$2,885.20	\$3,321.48	-\$1,721.48
600	\$2,400.00	\$654.42	\$2,885.20	\$3,539.62	-\$1,139.62
800	\$3,200.00	\$872.56	\$2,885.20	\$3,757.76	-\$557.76
1000	\$4,000.00	\$1,090.70	\$2,885.20	\$3,975.90	\$24.10
1200	\$4,800.00	\$1,308.84	\$2,885.20	\$4,194.04	\$605.96
1400	\$5,600.00	\$1,526.98	\$2,885.20	\$4,412.18	\$1,187.82
1600	\$6,400.00	\$1,745.12	\$2,885.20	\$4,630.32	\$1,769.68
1800	\$7,200.00	\$1,963.26	\$2,885.20	\$4,848.46	\$2,351.54
2000	\$8,000.00	\$2,181.40	\$2,885.20	\$5,066.60	\$2,933.40
2200	\$8,800.00	\$2,399.54	\$2,885.20	\$5,284.74	\$3,515.26
2400	\$9,600.00	\$2,617.68	\$2,885.20	\$5,502.88	\$4,097.12
2600	\$10,400.00	\$2,835.82	\$2,885.20	\$5,721.02	\$4,678.98
2800	\$11,200.00	\$3,053.96	\$2,885.20	\$5,939.16	\$5,260.84
3000	\$12,000.00	\$3,272.10	\$2,885.20	\$6,157.30	\$5,842.70

Tabla 368 Punto de equilibrio Mantel año 2

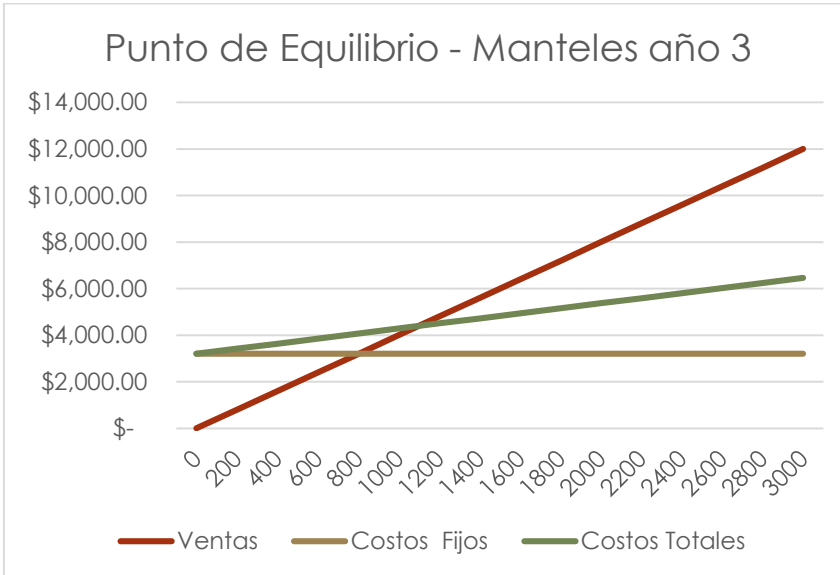


**Gráfica 131 Punto de equilibrio Mantel año 2**

Cantidad	Año 3				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$3,204.83	\$3,204.83	-\$3,204.83
200	\$800.00	\$217.04	\$3,204.83	\$3,421.87	-\$2,621.87
400	\$1,600.00	\$434.08	\$3,204.83	\$3,638.91	-\$2,038.91
600	\$2,400.00	\$651.12	\$3,204.83	\$3,855.95	-\$1,455.95
800	\$3,200.00	\$868.16	\$3,204.83	\$4,072.99	-\$872.99
1000	\$4,000.00	\$1,085.19	\$3,204.83	\$4,290.03	-\$290.03
1200	\$4,800.00	\$1,302.23	\$3,204.83	\$4,507.07	\$292.93
1400	\$5,600.00	\$1,519.27	\$3,204.83	\$4,724.11	\$875.89
1600	\$6,400.00	\$1,736.31	\$3,204.83	\$4,941.15	\$1,458.85
1800	\$7,200.00	\$1,953.35	\$3,204.83	\$5,158.18	\$2,041.82
2000	\$8,000.00	\$2,170.39	\$3,204.83	\$5,375.22	\$2,624.78
2200	\$8,800.00	\$2,387.43	\$3,204.83	\$5,592.26	\$3,207.74
2400	\$9,600.00	\$2,604.47	\$3,204.83	\$5,809.30	\$3,790.70
2600	\$10,400.00	\$2,821.51	\$3,204.83	\$6,026.34	\$4,373.66

2800	\$11,200.00	\$3,038.55	\$3,204.83	\$6,243.38	\$4,956.62
3000	\$12,000.00	\$3,255.58	\$3,204.83	\$6,460.42	\$5,539.58

Tabla 369 Punto de equilibrio mantel año 3

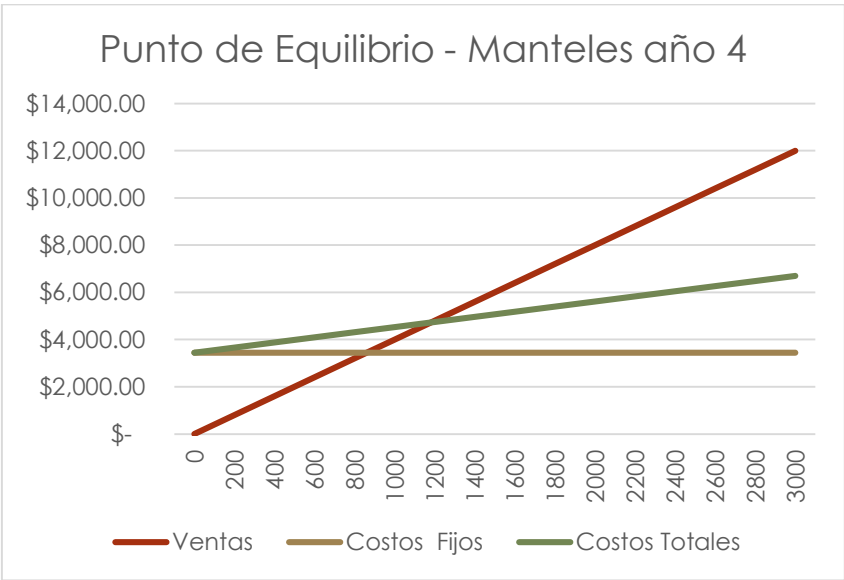


Gráfica 132 Punto de equilibrio mantel año 3

Cantidad	Año 4				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$3,442.60	\$3,442.60	-\$3,442.60
200	\$800.00	\$217.19	\$3,442.60	\$3,659.78	-\$2,859.78
400	\$1,600.00	\$434.38	\$3,442.60	\$3,876.97	-\$2,276.97
600	\$2,400.00	\$651.57	\$3,442.60	\$4,094.16	-\$1,694.16
800	\$3,200.00	\$868.75	\$3,442.60	\$4,311.35	-\$1,111.35
1000	\$4,000.00	\$1,085.94	\$3,442.60	\$4,528.54	-\$528.54
1200	\$4,800.00	\$1,303.13	\$3,442.60	\$4,745.73	\$54.27
1400	\$5,600.00	\$1,520.32	\$3,442.60	\$4,962.92	\$637.08
1600	\$6,400.00	\$1,737.51	\$3,442.60	\$5,180.11	\$1,219.89
1800	\$7,200.00	\$1,954.70	\$3,442.60	\$5,397.29	\$1,802.71
2000	\$8,000.00	\$2,171.89	\$3,442.60	\$5,614.48	\$2,385.52

2200	\$8,800.00	\$2,389.08	\$3,442.60	\$5,831.67	\$2,968.33
2400	\$9,600.00	\$2,606.26	\$3,442.60	\$6,048.86	\$3,551.14
2600	\$10,400.00	\$2,823.45	\$3,442.60	\$6,266.05	\$4,133.95
2800	\$11,200.00	\$3,040.64	\$3,442.60	\$6,483.24	\$4,716.76
3000	\$12,000.00	\$3,257.83	\$3,442.60	\$6,700.43	\$5,299.57

Tabla 370 Punto de equilibrio mantel año 4

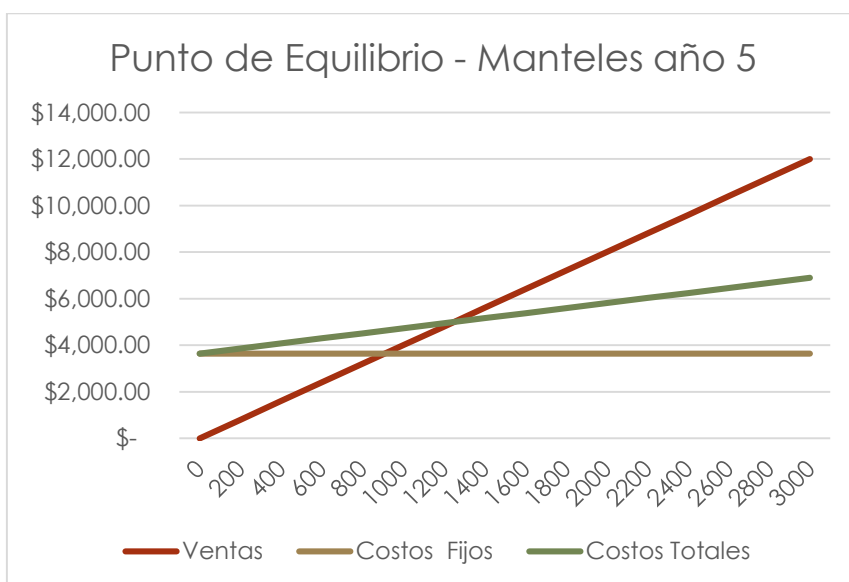


Gráfica 133 Punto de equilibrio mantel año 4

Cantidad	Año 5				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$3,645.26	\$3,645.26	-\$3,645.26
200	\$800.00	\$216.51	\$3,645.26	\$3,861.76	-\$3,061.76
400	\$1,600.00	\$433.02	\$3,645.26	\$4,078.27	-\$2,478.27
600	\$2,400.00	\$649.53	\$3,645.26	\$4,294.78	-\$1,894.78
800	\$3,200.00	\$866.04	\$3,645.26	\$4,511.29	-\$1,311.29
1000	\$4,000.00	\$1,082.55	\$3,645.26	\$4,727.80	-\$727.80
1200	\$4,800.00	\$1,299.06	\$3,645.26	\$4,944.31	-\$144.31
1400	\$5,600.00	\$1,515.57	\$3,645.26	\$5,160.82	\$439.18

1600	\$6,400.00	\$1,732.07	\$3,645.26	\$5,377.33	\$1,022.67
1800	\$7,200.00	\$1,948.58	\$3,645.26	\$5,593.84	\$1,606.16
2000	\$8,000.00	\$2,165.09	\$3,645.26	\$5,810.35	\$2,189.65
2200	\$8,800.00	\$2,381.60	\$3,645.26	\$6,026.86	\$2,773.14
2400	\$9,600.00	\$2,598.11	\$3,645.26	\$6,243.37	\$3,356.63
2600	\$10,400.00	\$2,814.62	\$3,645.26	\$6,459.88	\$3,940.12
2800	\$11,200.00	\$3,031.13	\$3,645.26	\$6,676.39	\$4,523.61
3000	\$12,000.00	\$3,247.64	\$3,645.26	\$6,892.90	\$5,107.10

Tabla 371 Punto de equilibrio mantel año 5



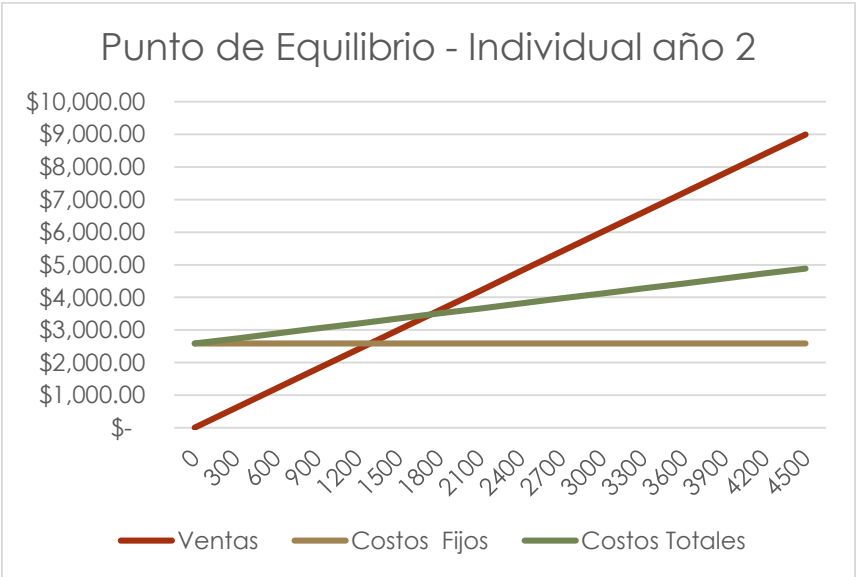
Gráfica 134 Punto de equilibrio mantel año 5.

Individual:

Cantidad	Año 2				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$2,583.58	\$2,583.58	-\$2,583.58
300	\$600.00	\$153.51	\$2,583.58	\$2,737.09	-\$2,137.09
600	\$1,200.00	\$307.01	\$2,583.58	\$2,890.60	-\$1,690.60

900	\$1,800.00	\$460.52	\$2,583.58	\$3,044.10	-\$1,244.10
1200	\$2,400.00	\$614.02	\$2,583.58	\$3,197.61	-\$797.61
1500	\$3,000.00	\$767.53	\$2,583.58	\$3,351.11	-\$351.11
1800	\$3,600.00	\$921.03	\$2,583.58	\$3,504.62	\$95.38
2100	\$4,200.00	\$1,074.54	\$2,583.58	\$3,658.12	\$541.88
2400	\$4,800.00	\$1,228.05	\$2,583.58	\$3,811.63	\$988.37
2700	\$5,400.00	\$1,381.55	\$2,583.58	\$3,965.14	\$1,434.86
3000	\$6,000.00	\$1,535.06	\$2,583.58	\$4,118.64	\$1,881.36
3300	\$6,600.00	\$1,688.56	\$2,583.58	\$4,272.15	\$2,327.85
3600	\$7,200.00	\$1,842.07	\$2,583.58	\$4,425.65	\$2,774.35
3900	\$7,800.00	\$1,995.57	\$2,583.58	\$4,579.16	\$3,220.84
4200	\$8,400.00	\$2,149.08	\$2,583.58	\$4,732.66	\$3,667.34
4500	\$9,000.00	\$2,302.59	\$2,583.58	\$4,886.17	\$4,113.83

Tabla 372 Punto de equilibrio individual año 2

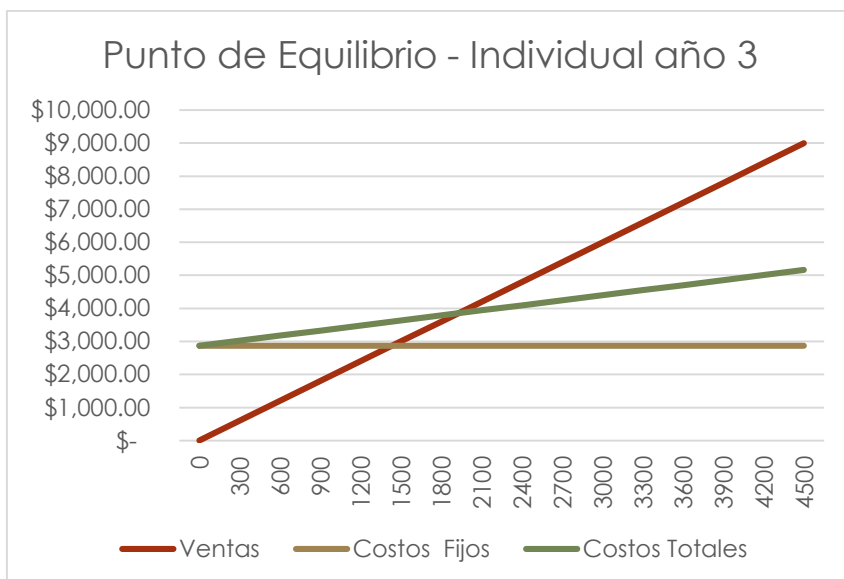


Gráfica 135 Punto de equilibrio individual año 2

Cantidad	Año 3				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$2,870.49	\$2,870.49	-\$2,870.49
300	\$600.00	\$152.73	\$2,870.49	\$3,023.22	-\$2,423.22
600	\$1,200.00	\$305.46	\$2,870.49	\$3,175.95	-\$1,975.95
900	\$1,800.00	\$458.19	\$2,870.49	\$3,328.69	-\$1,528.69
1200	\$2,400.00	\$610.92	\$2,870.49	\$3,481.42	-\$1,081.42
1500	\$3,000.00	\$763.66	\$2,870.49	\$3,634.15	-\$634.15
1800	\$3,600.00	\$916.39	\$2,870.49	\$3,786.88	-\$186.88
2100	\$4,200.00	\$1,069.12	\$2,870.49	\$3,939.61	\$260.39
2400	\$4,800.00	\$1,221.85	\$2,870.49	\$4,092.34	\$707.66
2700	\$5,400.00	\$1,374.58	\$2,870.49	\$4,245.07	\$1,154.93
3000	\$6,000.00	\$1,527.31	\$2,870.49	\$4,397.80	\$1,602.20
3300	\$6,600.00	\$1,680.04	\$2,870.49	\$4,550.53	\$2,049.47
3600	\$7,200.00	\$1,832.77	\$2,870.49	\$4,703.27	\$2,496.73
3900	\$7,800.00	\$1,985.50	\$2,870.49	\$4,856.00	\$2,944.00
4200	\$8,400.00	\$2,138.24	\$2,870.49	\$5,008.73	\$3,391.27
4500	\$9,000.00	\$2,290.97	\$2,870.49	\$5,161.46	\$3,838.54

Tabla 373 Punto de equilibrio individual año 3



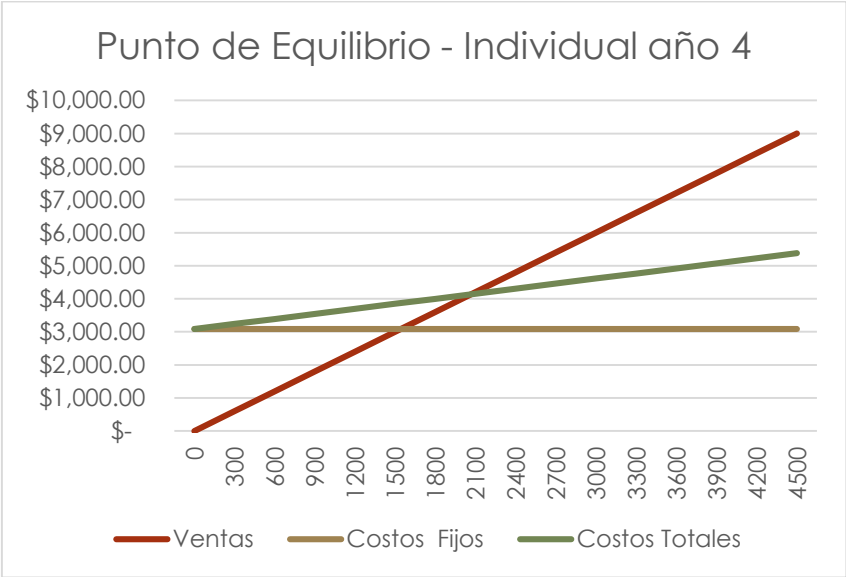


**Gráfica 136 Punto de equilibrio individual año 3**

Cantidad	Año 4				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$3,084.07	\$3,084.07	-\$3,084.07
300	\$600.00	\$152.84	\$3,084.07	\$3,236.91	-\$2,636.91
600	\$1,200.00	\$305.67	\$3,084.07	\$3,389.75	-\$2,189.75
900	\$1,800.00	\$458.51	\$3,084.07	\$3,542.58	-\$1,742.58
1200	\$2,400.00	\$611.35	\$3,084.07	\$3,695.42	-\$1,295.42
1500	\$3,000.00	\$764.18	\$3,084.07	\$3,848.25	-\$848.25
1800	\$3,600.00	\$917.02	\$3,084.07	\$4,001.09	-\$401.09
2100	\$4,200.00	\$1,069.86	\$3,084.07	\$4,153.93	\$46.07
2400	\$4,800.00	\$1,222.69	\$3,084.07	\$4,306.76	\$493.24
2700	\$5,400.00	\$1,375.53	\$3,084.07	\$4,459.60	\$940.40
3000	\$6,000.00	\$1,528.36	\$3,084.07	\$4,612.44	\$1,387.56
3300	\$6,600.00	\$1,681.20	\$3,084.07	\$4,765.27	\$1,834.73
3600	\$7,200.00	\$1,834.04	\$3,084.07	\$4,918.11	\$2,281.89
3900	\$7,800.00	\$1,986.87	\$3,084.07	\$5,070.95	\$2,729.05

4200	\$8,400.00	\$2,139.71	\$3,084.07	\$5,223.78	\$3,176.22
4500	\$9,000.00	\$2,292.55	\$3,084.07	\$5,376.62	\$3,623.38

Tabla 374 Punto de equilibrio individual año 4

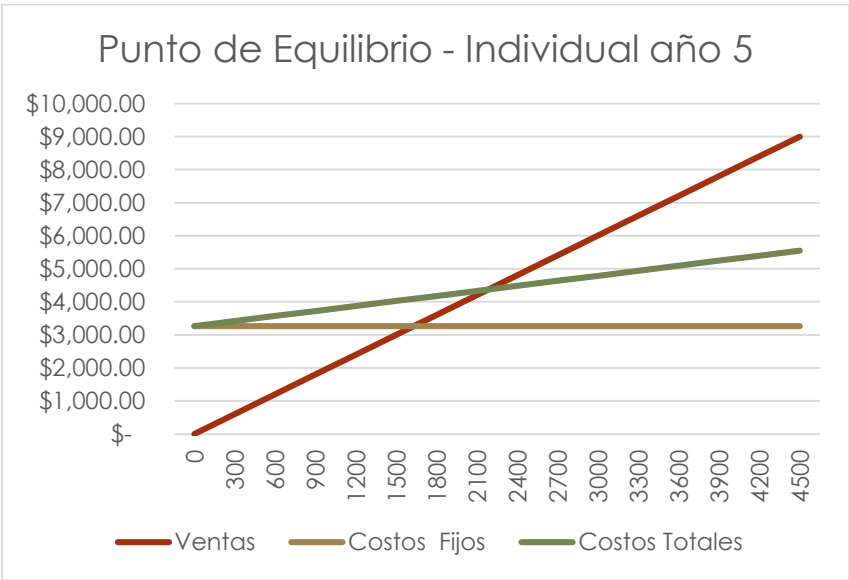


Gráfica 137 Punto de equilibrio individual año 4

Cantidad	Año 5				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$3,263.98	\$3,263.98	-\$3,263.98
300	\$600.00	\$152.36	\$3,263.98	\$3,416.34	-\$2,816.34
600	\$1,200.00	\$304.72	\$3,263.98	\$3,568.70	-\$2,368.70
900	\$1,800.00	\$457.08	\$3,263.98	\$3,721.06	-\$1,921.06
1200	\$2,400.00	\$609.43	\$3,263.98	\$3,873.41	-\$1,473.41
1500	\$3,000.00	\$761.79	\$3,263.98	\$4,025.77	-\$1,025.77
1800	\$3,600.00	\$914.15	\$3,263.98	\$4,178.13	-\$578.13
2100	\$4,200.00	\$1,066.51	\$3,263.98	\$4,330.49	-\$130.49
2400	\$4,800.00	\$1,218.87	\$3,263.98	\$4,482.85	\$317.15
2700	\$5,400.00	\$1,371.23	\$3,263.98	\$4,635.21	\$764.79
3000	\$6,000.00	\$1,523.58	\$3,263.98	\$4,787.57	\$1,212.43

3300	\$6,600.00	\$1,675.94	\$3,263.98	\$4,939.92	\$1,660.08
3600	\$7,200.00	\$1,828.30	\$3,263.98	\$5,092.28	\$2,107.72
3900	\$7,800.00	\$1,980.66	\$3,263.98	\$5,244.64	\$2,555.36
4200	\$8,400.00	\$2,133.02	\$3,263.98	\$5,397.00	\$3,003.00
4500	\$9,000.00	\$2,285.38	\$3,263.98	\$5,549.36	\$3,450.64

Tabla 375 Punto de equilibrio individual año 5



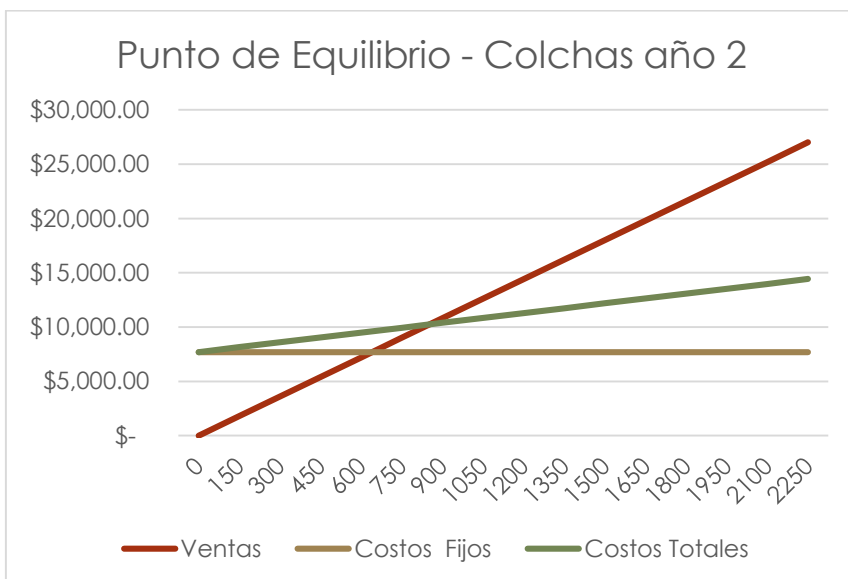
Gráfica 138 Punto de equilibrio individual año 5

Colcha:

Cantidad	Año 2				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$7,697.12	\$7,697.12	-\$7,697.12
150	\$1,800.00	\$448.40	\$7,697.12	\$8,145.52	-\$6,345.52
300	\$3,600.00	\$896.80	\$7,697.12	\$8,593.92	-\$4,993.92
450	\$5,400.00	\$1,345.20	\$7,697.12	\$9,042.31	-\$3,642.31
600	\$7,200.00	\$1,793.59	\$7,697.12	\$9,490.71	-\$2,290.71
750	\$9,000.00	\$2,241.99	\$7,697.12	\$9,939.11	-\$939.11

900	\$10,800.00	\$2,690.39	\$7,697.12	\$10,387.51	\$412.49
1050	\$12,600.00	\$3,138.79	\$7,697.12	\$10,835.91	\$1,764.09
1200	\$14,400.00	\$3,587.19	\$7,697.12	\$11,284.31	\$3,115.69
1350	\$16,200.00	\$4,035.59	\$7,697.12	\$11,732.70	\$4,467.30
1500	\$18,000.00	\$4,483.98	\$7,697.12	\$12,181.10	\$5,818.90
1650	\$19,800.00	\$4,932.38	\$7,697.12	\$12,629.50	\$7,170.50
1800	\$21,600.00	\$5,380.78	\$7,697.12	\$13,077.90	\$8,522.10
1950	\$23,400.00	\$5,829.18	\$7,697.12	\$13,526.30	\$9,873.70
2100	\$25,200.00	\$6,277.58	\$7,697.12	\$13,974.70	\$11,225.30
2250	\$27,000.00	\$6,725.98	\$7,697.12	\$14,423.10	\$12,576.90

Tabla 376 Punto de equilibrio colcha año 2

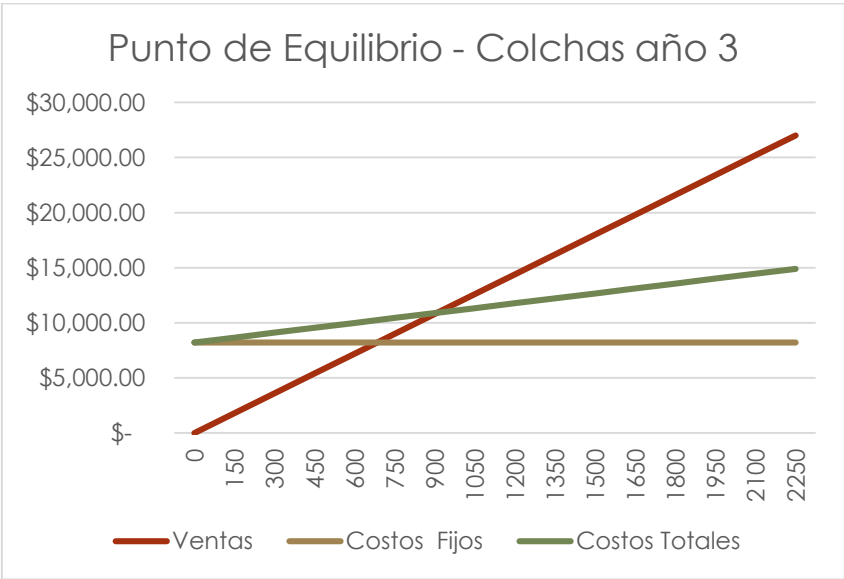


Gráfica 139 Punto de equilibrio colcha año 2

Cantidad	Año 3					
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos	
0	\$0.00	\$0.00	\$8,204.60	\$8,204.60	-\$8,204.60	
150	\$1,800.00	\$446.14	\$8,204.60	\$8,650.73	-\$6,850.73	
300	\$3,600.00	\$892.27	\$8,204.60	\$9,096.87	-\$5,496.87	

450	\$5,400.00	\$1,338.41	\$8,204.60	\$9,543.01	-\$4,143.01	
600	\$7,200.00	\$1,784.54	\$8,204.60	\$9,989.14	-\$2,789.14	
750	\$9,000.00	\$2,230.68	\$8,204.60	\$10,435.28	-\$1,435.28	
900	\$10,800.00	\$2,676.81	\$8,204.60	\$10,881.41	-\$81.41	
1050	\$12,600.00	\$3,122.95	\$8,204.60	\$11,327.55	\$1,272.45	
1200	\$14,400.00	\$3,569.09	\$8,204.60	\$11,773.68	\$2,626.32	
1350	\$16,200.00	\$4,015.22	\$8,204.60	\$12,219.82	\$3,980.18	
1500	\$18,000.00	\$4,461.36	\$8,204.60	\$12,665.96	\$5,334.04	
1650	\$19,800.00	\$4,907.49	\$8,204.60	\$13,112.09	\$6,687.91	
1800	\$21,600.00	\$5,353.63	\$8,204.60	\$13,558.23	\$8,041.77	
1950	\$23,400.00	\$5,799.76	\$8,204.60	\$14,004.36	\$9,395.64	
2100	\$25,200.00	\$6,245.90	\$8,204.60	\$14,450.50	\$10,749.50	
2250	\$27,000.00	\$6,692.04	\$8,204.60	\$14,896.63	\$12,103.37	

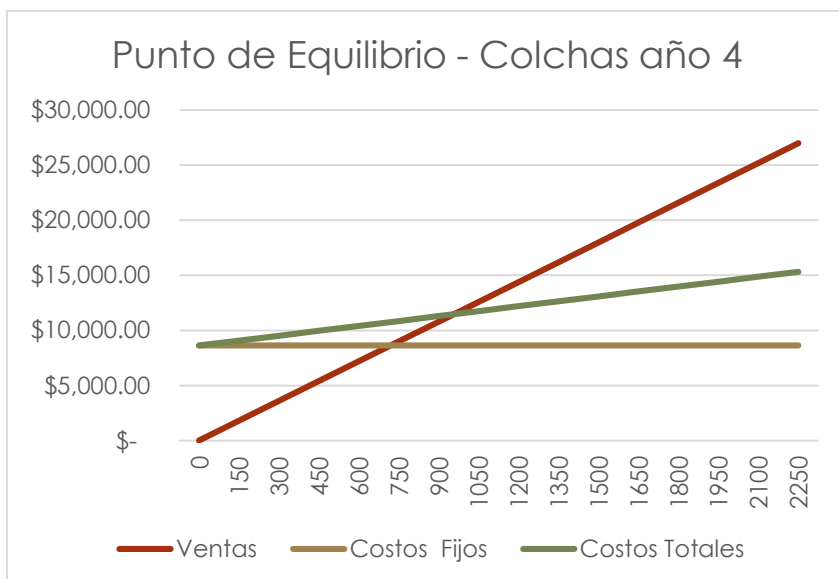
Tabla 377 Punto de equilibrio colcha año3



Gráfica 140 Punto de equilibrio colcha año3

Cantidad	Año 4				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$8,623.57	\$8,623.57	-\$8,623.57
150	\$1,800.00	\$446.44	\$8,623.57	\$9,070.02	-\$7,270.02
300	\$3,600.00	\$892.89	\$8,623.57	\$9,516.46	-\$5,916.46
450	\$5,400.00	\$1,339.33	\$8,623.57	\$9,962.90	-\$4,562.90
600	\$7,200.00	\$1,785.77	\$8,623.57	\$10,409.35	-\$3,209.35
750	\$9,000.00	\$2,232.22	\$8,623.57	\$10,855.79	-\$1,855.79
900	\$10,800.00	\$2,678.66	\$8,623.57	\$11,302.23	-\$502.23
1050	\$12,600.00	\$3,125.10	\$8,623.57	\$11,748.68	\$851.32
1200	\$14,400.00	\$3,571.55	\$8,623.57	\$12,195.12	\$2,204.88
1350	\$16,200.00	\$4,017.99	\$8,623.57	\$12,641.56	\$3,558.44
1500	\$18,000.00	\$4,464.43	\$8,623.57	\$13,088.01	\$4,911.99
1650	\$19,800.00	\$4,910.88	\$8,623.57	\$13,534.45	\$6,265.55
1800	\$21,600.00	\$5,357.32	\$8,623.57	\$13,980.89	\$7,619.11
1950	\$23,400.00	\$5,803.76	\$8,623.57	\$14,427.34	\$8,972.66
2100	\$25,200.00	\$6,250.21	\$8,623.57	\$14,873.78	\$10,326.22
2250	\$27,000.00	\$6,696.65	\$8,623.57	\$15,320.22	\$11,679.78

Tabla 378 Punto de equilibrio colcha año 4

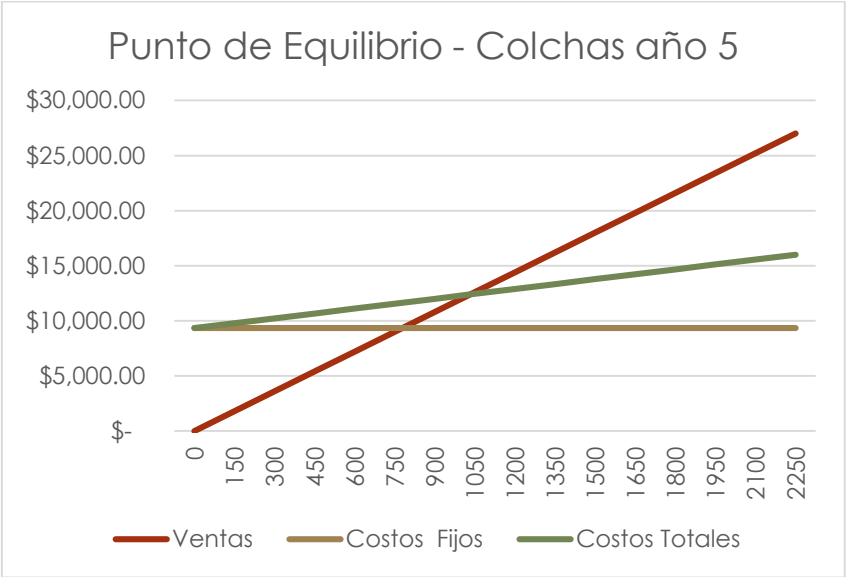


**Gráfica 141 Punto de equilibrio colcha año 4**

Cantidad	Año 5				
	Ventas	Costos Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Utilidades antes de impuestos
0	\$0.00	\$0.00	\$9,332.69	\$9,332.69	-\$9,332.69
150	\$1,800.00	\$445.05	\$9,332.69	\$9,777.73	-\$7,977.73
300	\$3,600.00	\$890.09	\$9,332.69	\$10,222.78	-\$6,622.78
450	\$5,400.00	\$1,335.14	\$9,332.69	\$10,667.83	-\$5,267.83
600	\$7,200.00	\$1,780.19	\$9,332.69	\$11,112.87	-\$3,912.87
750	\$9,000.00	\$2,225.24	\$9,332.69	\$11,557.92	-\$2,557.92
900	\$10,800.00	\$2,670.28	\$9,332.69	\$12,002.97	-\$1,202.97
1050	\$12,600.00	\$3,115.33	\$9,332.69	\$12,448.01	\$151.99
1200	\$14,400.00	\$3,560.38	\$9,332.69	\$12,893.06	\$1,506.94
1350	\$16,200.00	\$4,005.42	\$9,332.69	\$13,338.11	\$2,861.89
1500	\$18,000.00	\$4,450.47	\$9,332.69	\$13,783.16	\$4,216.84
1650	\$19,800.00	\$4,895.52	\$9,332.69	\$14,228.20	\$5,571.80
1800	\$21,600.00	\$5,340.56	\$9,332.69	\$14,673.25	\$6,926.75
1950	\$23,400.00	\$5,785.61	\$9,332.69	\$15,118.30	\$8,281.70

2100	\$25,200.00	\$6,230.66	\$9,332.69	\$15,563.34	\$9,636.66
2250	\$27,000.00	\$6,675.71	\$9,332.69	\$16,008.39	\$10,991.61

Tabla 379 Punto de equilibrio colcha año 5



Gráfica 142 Punto de equilibrio colcha año 5